分类号__________ 密级 公开
UDC __________ 编号 20211310006

广东外语外贸大学

硕士学位论文
（学术学位）

国产游戏《原神》官方海外宣传视频的中国文化符号叙事研究

申请人姓名	李振钊
导师姓名及职称	唐佳梅，教授
申请学位类别	文学
学科专业名称	跨文化传播与国际传播
培养单位	新闻与传播学院
学位授予单位	广东外语外贸大学

2024 年 6 月 19 日

中国知网 https://www.cnki.net

分类号________　　　　　　　　　　　　　　　　　　密级 公开

UDC ________　　　　　　　　　　　　　　　　　　编号 20211310006

广东外语外贸大学硕士学位论文
（学术学位）

国产游戏《原神》官方海外宣传视频的中国文化符号叙事研究

A Study of Chinese Cultural Symbol Narratives in the Official Overseas Promotional Video of the Domestic Game Genshin Impact

申请人姓名	李振钊
导师姓名及职称	唐佳梅，教授
申请学位类别	文学
学科专业名称	跨文化传播与国际传播
论文提交日期	2024 年 6 月 19 日
论文答辩日期	2024 年 5 月 21 日
答辩委员会	赵建国 教授 刘兢 教授 侯琰慧 副教授
学位授予单位	广东外语外贸大学

中国知网 https://www.cnki.net

摘　要

鉴于中国与全球联系越发紧密，愈来愈多的中国国产游戏登上了世界的舞台，对中国而言，它们不仅仅是某个游戏企业下属的商业化产品，更携带出海文化产品属性。除去优秀游玩价值，一款游戏能够在海外打开市场有赖于其海外宣传视频所作之功。国产游戏海外宣传视频在彰显自身游戏硬实力之余，能够凭借在宣传视频对中国文化符号的呈现，展露其对中国文化独特的理解与应用。

本文以 YouTube 平台上的《原神》官方海外官方宣传视频为研究对象，视中国传统文化为设计底蕴的国家——璃月相关的三十八个视频为研究样本，主要借助皮尔斯符号学与影像叙事学的分析视角探索宣传视频的中国文化符号叙事。

本研究包含五个章节，第一章为绪论，首先介绍国产游戏已然成为中国文化出海新星的重要现实。紧接着从国产游戏文化传播、中国文化符号传播、符号叙事学三个方面展开综述，发现以国产游戏为主要研究对象的学术浪潮已有高度，但目前围绕国产游戏宣传视频的相关研究还在少数，随后阐释了本文的研究设计与方法，重点描述研究样本的详细信息。第二章从静态视角考察《原神》官方海外宣传视频的听觉、视觉、神话符号详情，不同类型的符号呈现了不一样的中式美感，具体表现为悠扬空灵的音乐符号、圆润自洽的景观符号、八珍玉食的美食符号、精致非凡的器物符号、飘逸灵动的动作符号、融贯古今的服饰符号、其乐融融的节日符号、精奇古怪的传说符号、瑰丽璀璨的神话符号。第三章从动态视角考察《原神》官方海外宣传视频的符号组合逻辑与符号叙事策略，通过符号双轴理论理解创作者们在宏观、微观两个层面，于游戏内外构建了整体性的符号世界，宣传视频则成为了对外形塑符号世界的重要抓手。收窄至宣传视频的符号叙事，本章从叙事主体、叙事视角、叙事时序三个维度分析其符号叙事策略。第四章总结了前两章的研究内容，为国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播提炼亮点、不足与可供优化之处。第五章则是综合了整个研究过程的所思所感，归纳研究结论、反思研究存在的不足、提出未来研究可供深入的方向。

关键词　中国文化符号；原神；皮尔斯符号学

中国知网　https://www.cnki.net

Abstract

Given China's increasingly close ties with the world, more and more Chinese-made games have made their way onto the world stage. For China, they are not just commercialised products under a certain game company, but also carry the attributes of overseas cultural products. In addition to excellent play value, a game's ability to open up markets overseas depends on its overseas promotional videos. Overseas promotional videos of domestic games can reveal their unique understanding and application of Chinese culture by virtue of the presentation of Chinese cultural symbols in the promotional video while highlighting their own hard power of the game.

This paper takes the official overseas promotional videos of Genshin impact on the YouTube platform as the research object, and regards thirty-eight videos related to Li Yue, a country with traditional Chinese culture as the design base, as the research samples, and explores the Chinese cultural symbolic narrative of the promotional videos mainly with the help of the analysing perspectives of Peirce semiotics and image narratology.

This study consists of five chapters, the first of which is an introduction that firstly introduces the important reality that domestic games have become the new star of Chinese culture going overseas. This is followed by an overview of three aspects: cultural communication of domestic games, symbolic communication of Chinese culture, and symbolic narratology, which reveals that the academic wave of taking domestic games as the main research object has been heightened, but there are still a few related researches around the promotional videos of domestic games, and then explains the research design and methodology of this paper, with a focus on describing the detailed information of the research sample. Chapter two examines the details of auditory, visual, and mythological symbols in the official overseas promotional video of Genshin impact from a static perspective. Different types of symbols present different Chinese aesthetics, which are manifested in the following ways: melodious and ethereal music symbols, rounded and self-contained landscape symbols, precious and delicious gourmet symbols, exquisite and extraordinary artifact symbols, ethereal and dynamic action symbols, clothing symbols that integrate the ancient and the modern, festive symbols that share the joyful holiday together, peculiar legend symbols, and magnificent and radiant mythological symbols. Chapter three examines the symbolic combination logic and symbolic narrative strategy of the official overseas promotional

中国知网 https://www.cnki.net

video of Genshin impact from a dynamic perspective, and understands through the theory of the symbolic twin axes that the creators have constructed a holistic symbolic world inside and outside of the game at the macroscopic and microscopic levels, and that the promotional video has become an important part for shaping the symbolic world in the shape of the game. Narrowing down to the symbolic narrative of the promotional video, this chapter analyses its symbolic narrative strategy from the three dimensions of narrative subject, narrative perspective and narrative chronology. Chapter four summarises the research content of the previous two chapters, and refines the highlights, shortcomings and possible optimisations for the communication of Chinese cultural symbols in overseas promotional videos of domestic games. Chapter five synthesises the thoughts and feelings of the whole research process, summarising the research conclusions, reflecting on the shortcomings of the research, and proposing the directions for future research to be carried out in depth.

Keywords Chinese Cultural Symbols; Genshin Impact; Pierce Semiotics

中国知网 https://www.cnki.net

目 录

第 1 章 绪论......1
1.1 研究背景与研究意义......1
1.1.1 研究背景......1
1.1.2 研究意义......4
1.2 文献综述......6
1.2.1 国产游戏文化传播......6
1.2.2 中国文化符号传播......13
1.2.3 符号叙事学......17
1.3 研究设计与研究方法......22
1.3.1 研究问题与研究思路......22
1.3.2 研究平台与研究对象......23
1.3.3 研究样本选取与采集......24
1.3.4 研究方法......28
1.4 创新思路......29
第 2 章 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号......30
2.1 听觉符号:悠扬空灵的中式美......30
2.2 视觉符号......36
2.2.1 景观符号:圆润自洽的中式美......37
2.2.2 美食符号:八珍玉食的中式美......39
2.2.3 器物符号:精致非凡的中式美......41
2.2.4 动作符号:飘逸灵动的中式美......43
2.2.5 服饰符号:融贯古今的中式美......46
2.3 神话符号......58
2.3.1 节日符号:其乐融融的中式美......59
2.3.2 传说符号:精奇古怪的中式美......61
2.3.3 神话符号:瑰丽璀璨的中式美......62
第 3 章 国产游戏海外宣传视频的符号叙事......69
3.1 宣传视频的中国文化符号组合逻辑......69
3.2 宣传视频的中国文化符号叙事分析......71
3.2.1 叙事主体:内叙事者为主,强化符号展示性......71
3.2.2 叙事视角:内视角为主,深化符号亲近性......74
3.2.3 叙事时序:顺叙为主,增强符号易读性......76
第 4 章 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播启示......78
4.1 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播亮点之处......78

中国知网 https://www.cnki.net

4.2 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播不足与优化........80
第 5 章 研究结论、不足与展望........83
5.1 研究结论........83
5.2 研究不足与展望........84
参考文献........86

中国知网 https://www.cnki.net

第 1 章 绪 论

1.1 研究背景与研究意义

1.1.1 研究背景

1.1.1.1 中国文化出海是国家软实力建构的重要一步

随着中国以稳健的发展态势步入 21 世纪，国际舆论场上 “中国威胁论”、“中国锐实力”等“论断”甚嚣尘上，严重阻碍了我国实际情况与中国文化的国际传播。觉察到外部舆论环境变动的习近平总书记在 2018 年 6 月中央外事工作会议上明确提出:“当前中国处于近代以来最好的发展时期，世界处于百年未有之大变局，两者同步交织、相互激荡。”①

在此格局下，中国声音的有效传播成为了对外政策的一个重要议题。早在党的十九大报告中，习近平总书记就对我国国际传播能力提出新要求，“推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力。”②党的二十大报告更进一步提出增强中华文明传播力影响力，“坚守中华文化立场，提炼展示中华文明的精神标识和文化精髓，加快构建中国话语和中国叙事体系，讲好中国故事、传播好中国声音，展现可信、可爱、可敬的中国形象。加强国际传播能力建设，全面提升国际传播效能，形成同我国综合国力和国际地位相匹配的国际话语权。深化文明交流互鉴，推动中华文化更好走向世界。”③

1.1.1.2 国产游戏已经成为中国文化出海的重要力量

为了推动中国文化更好地迈向世界舞台，需要从多样化的路径与渠道发力，创新传递载体的模式，国产游戏成为了对外展示中国文化的重要窗口。

在政策指引方面，国家“十四五”规划纲要明确要求，“积极发展对外文化贸易，开拓海外文化市场，鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化

① 习近平.习近平谈治国理政[M].北京：外文出版社，2020，3：421-428.
② 新华社.习近平：决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL].https://www.gov.cn/zhuanti/2017-10/27/content_5234876.htm.
③ 新华社.习近平：高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL].https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.

中国知网 https://www.cnki.net

产品‘走出去’，加强国家文化出口基地建设。”[①]商务部等 27 部门在 2022 年 7 月联合印发了《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》，《意见》提及积极培育网络游戏在内的领域出口竞争优势，“提升文化价值，打造具有国际影响力的中华文化符号。”[②]

在商业利润方面，国产游戏兼顾文化输出的同时拥有着显著的商业创收能力。据中国音数协游戏工委发布的《2022年中国游戏产业报告》，多家游戏企业通过游戏角色、皮肤道具、剧情叙事等多种方式普及中国传统文化内容，以自身影响力推动中国优秀传统文化的转化与发展，取得良好的传播效果。中国游戏企业在积极推进中国文化传播的进程中，获取了丰厚的海外收入，中国 2022 年自主研发游戏海外市场实际销售收入为 173.46 亿美元。其中，美国市场占比为 32.31%，日本市场占比为 17.12%，韩国市场占比为 6.97%，这三个国家是中国游戏企业出海的主要市场，此外，德国、英国、法国三个国家的市场占比合计也有 9.18%。这些数据无疑表明，国产游戏俨然成为了中国文化出海矩阵中的重要组成部分。中国网络空间研究院院长夏学平在首届文化强国建设高峰论坛中提到，“电竞或将会是即将到来的新的国际传播平台和渠道。‘电竞+体育，电竞+教育+游戏+休闲+公益’，在全世界都蓬勃兴起。”[③]有学者认为，对游戏产业的投资、拔高电子竞技在战略领域的优先级，能够刺激国民经济，鼓励商业实践创新，进而推动中国在创意和数字经济领域取得领先地位。[④]

在众多打通海外市场的中国游戏企业中，米哈游科技（上海）有限公司（后文简称米哈游）当属其中翘楚。

文化成绩上，米哈游入选商务部等多部门颁发的《2021-2022 年度国家文化出口重点企业公示名单》，表达了对它积极推动中国文化对外传播的肯定。商业成绩上，第三方数据监测机构 Sensor Tower 公布的相关数据显示，米哈游旗下游戏《原神》自 2020 年 9 月正式上线后，在全球范围内已经累计取得 41 亿美元的收益，在全球手游营收中高居第三。[⑤]另外据胡润研究院发布的《2023 全球独角兽榜》可知，米哈游位名列榜单之中。[⑥]在商业领域，独角兽企业一般指代成立时间不超过十年、估值超过十亿美元的未上市公司，可见米哈游在全球范围内“既叫好又叫座”，企业蓬勃发展之余还兼具相当的文化影响力。

---

① 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要[EB/OL].（2021-03-13）[2022-08-03].http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm.

② 商务部等 27 部门关于推进对外文化贸易高质量发展的意见[EB/OL].（2022-07-21）[2022-08-03]. http://www.mofcom.gov.cn/article/zcfb/zcfwmy/202207/20220703334843.shtml.

③ 深圳发布.精采速览！[EB/OL]. https://mp.weixin.qq.com/s/dp2gVa-15UZXnXMK_FplWg.

④ Yu，H.Game on： The rise of the esports middle Kingdom[J]. Media Industries Journal，2018，5(1).

⑤ 金融界.游戏 2022：《原神》狂赚 280 亿，大厂跑步出海[EB/OL].https://baijiahao.baidu.com/s?id=1754595214954673585&wfr=spider&for=pc.

⑥ 胡润研究院.2023 全球独角兽榜[EB/OL].https://www.hurun.net/zh-CN/Info/Detail?num=PH71LJQJPANH.

中国知网 https://www.cnki.net

在《原神》的架空世界“提瓦特”当中，存在一个历史悠久、优美富裕、人民安居乐业的国度——璃月。璃月曾是岩神摩拉克斯执政的国家，厚重、沉稳既是岩属性的特点，也是这个国度的文化名片。米哈游的设计团队明确表示，璃月的设计原型是中国，设计过程中大量参考了我国的现实场景与文化背景。



图 1-1 璃月港



图 1-2 凤凰古城

玩家按照剧情进入璃月时，第一眼看到的是气势恢宏的璃月港，璃月港的设计灵感来自凤凰古城与悬空寺，城体近水建设、后侧傍山，远看整体色彩饱满鲜艳，房屋错落有致，在城其中的人民安居乐业。璃月除此以外的游戏场景也大量借鉴了中国各地区的自然风貌，展现孕育中国文化生长的底色，诸如绝云间与华光林、渌华池等等。

中国知网 https://www.cnki.net

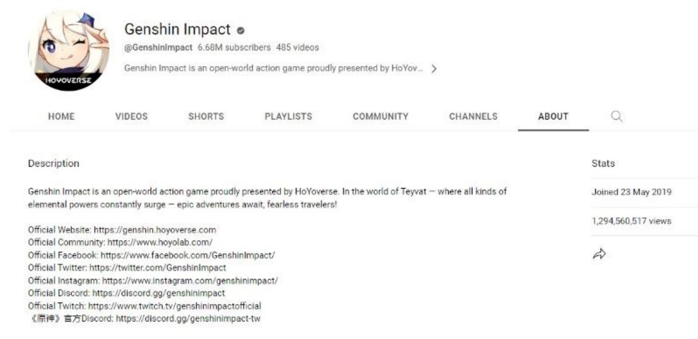


图 1-3 《原神》海外官方账号信息

《原神》官方账号在海外 YouTube 平台上坐拥 668 万的粉丝量，此账号自 2019 年 5 月 23 日入驻该平台以来，累计收获 12 亿次观看。

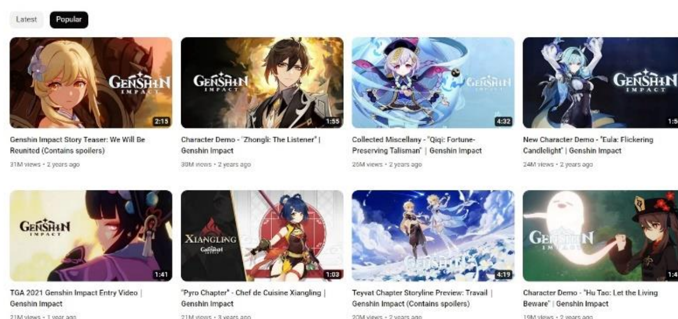


图 1-4 热度排行前八名

按热度排行所有的宣传视频可以发现，热度前八名当中，钟离（第二）、七七（第三）、云堇（第四）、香菱（第五）、胡桃（第八）皆是所属璃月的游戏角色，播放量上均破千万，最高位次钟离的角色演示已经达到三千万级别的播放量，《原神》官方账号强劲的海外传播力、影响力不容小觑。

目前国内部分学者已经关注到《原神》作为一款现象级手游所蕴藏的文化输出潜力。基于此，本文将 YouTube 平台上的《原神》官方账号宣传视频作为研究对象，集中研究与璃月相关的宣传视频，从“静态”、“动态”两个角度出发，第一步考察静态的符号，结合皮尔斯符号学的研究视角剖析该部分宣传视频的中国文化符号呈现；第二步探察动态的符号叙事，通过符号双轴理论、影像叙事学解析宣传视频的符号组合逻辑与叙事策略。

1.1.2 研究意义

《原神》作为一款虚空架构的国产游戏，存在一个以中国文化为设计基底的国家——璃月。鉴于 YouTube 平台上《原神》官方账号所取得的良好传播效

中国知网 https://www.cnki.net

果，其宣传视频合集中有关璃月的视频成为了具备研究价值的对象。本文将其置于皮尔斯符号学视角下考察相关视频中蕴含的中国文化符号，以符号双轴、影像叙事学的分析视角探究其符号叙事策略。

1.1.2.1 现实意义

文化出海作为我国的一项重要对外政策，深刻地影响了国内游戏产业的发展进程，促使我国游戏公司将视野拓宽到全球。《原神》身为一款国家文化出口重点企业发布的一款国产游戏，在国际传播过程中取得了巨大成功。本文深入研究该公司将中国文化符号融入游戏宣传视频的路径，为国内其他意图通过文化出海扩张国际影响力、收获良好商业收益的公司提供参考建议。只有国内不同的游戏企业有效挖掘传承千年的中国文化宝库，将其中的文化元素准确识别、化用，创作出独树一帜、竞争力强的文化出海产品，拓宽我国游戏产业的现有矩阵，实现百家争鸣、百花齐放的局面，进而加强中国文化对外传播声量，帮助我国获取良好的国际口碑。

1.1.2.2 理论意义

目前国内围绕国产游戏宣传视频的研究，主要存在以下问题，本文试图为相关方面研究提供帮助、填补部分缺口。

第一，关注缺位的研究内容。目前国内缺乏关于游戏宣传视频的符号学视角的解读，尤其细化到一个具体的、富含中国文化特色的游戏。部分研究只是蜻蜓点水式地摘取某个宣传视频、某位人物角色的片段特征或展演特色进行探究。

第二，补充复合的研究视角。本文联合符号学与叙事学的分析方法深入宣传视频中相对静态的文化符号如何通过相对动态的叙事策略予以呈现。部分研究只是从其中一种角度出发，欠缺联合视角去分析宣传视频中的中国文化符号传播。

中国知网 https://www.cnki.net

1.2 文献综述

本文将聚焦于 YouTube 平台上的原神官方账号视频，探究原神官方账号视频中与璃月相关的宣传视频呈现了哪些中国文化符号、中国文化符号的组合逻辑以及宣传视频的符号叙事策略。围绕研究主题，笔者将从国产游戏文化传播、中国文化符号传播、符号叙事学三个方面进行文献综述。

1.2.1 国产游戏文化传播

1.2.1.1 游戏与文化传播

现代游戏研究先驱约翰·赫伊津哈如此定义游戏："游戏是在特定的时间和空间中展开的活动，游戏呈现明显的秩序，遵循广泛接受的规则，没有时势的必需和物质的功利。游戏的情绪是欢天喜地、热情高涨的，随情景而定，或神圣，或喜庆。兴奋和紧张的情绪伴随着手舞足蹈的动作，欢声笑语、心旷神怡随之而起。"[①]比起前人如亚里士多德（亚认为游戏是紧张劳作后的休息与消遣）、柏拉图（柏认为游戏源于一切幼仔要跳跃的需要）、席勒（席认为只有当人充分是人时，他才游戏）对游戏的定义与论述，赫伊津哈以游戏的视角去观察人类迄今为止的所有文化活动与系统，进而得出结论——游戏是文明的主要基石之一。在赫伊津哈看来，人是游戏者，游戏在人类文明的发展历程中占据着极为重要的地位，文化仅仅只是游戏的其中一种表现形式而已。

游戏与文化传播的接合之处在何方？在麦克卢汉看来，游戏是一种大众传播媒介，他认为，"正如任何信息媒介一样，任何游戏都是个人或群体的延伸。它对群体或个人的影响，是使群体或个人尚未如此延伸的部分实现重构。"[②]作为较早一批投入游戏学研究的学者，Wolf 不禁感叹，早期的游戏图形十分简单，没有对媒体产生广泛影响，但在电子游戏作为实验和新奇事物出现并发展为玩具后，只用了十余年时间便成长为大众消费的项目。[③]正因为游戏具有信息媒介的特征，所以能够承担文化传播的职能。

随着网络媒介的蓬勃发展为游戏嵌入人类社会提供坚实的基础，人类社会游戏化的特征愈加为凸显。胡杨和董小玉认为，当下的电子游戏、单机游戏以及各种类型的网络游戏，将其影响力由虚拟拓展到现实，对人类的物质、精神

① 约翰·赫伊津哈.游戏的人[M].何道宽译.广州：花城出版社，2017.33.
② 马歇尔·麦克卢汉,理解媒介[M].何道宽译.南京：译林出版社，2011.274.
③ Wolf，M.J. The medium of the video game[M]. University of Texas Press, 2002.13-34.

中国知网 https://www.cnki.net

生活产生了深刻的影响。[1]当下的游戏甚至能为文化遗产的传播和保育提供帮助，Balela 等人通过文化遗产的维度分析电子游戏情景下的文化及其表现形式。[2]

依照不同的标准，电子游戏可以被细化为不同类型的游戏，但本研究无意讨论这些游戏之间存在的差异，更多地将目光锁定在游戏的身份属性上，即国产游戏。

国产游戏在许多场合与不同的词组之间呈现出叠合关系，例如“中国数字游戏”、“中国游戏”、“中国自主研发游戏”等，尽管名称叫法不同，但不同名称之间还是强调游戏的“身份归属”。邓剑认为，“国产”二字不仅仅表达了语义学上的“中国制造”的涵义，还认为它携带了一种政治意义上的“隐喻”，隐喻了不平等的“近现代资本主义殖民体系”，因此对于国产游戏而言，需要积极地与本国的文艺传统建立链接。[3]换言之，国产游戏天生具有某种“反抗”的意蕴，它需要与本国文化深度结合，获取其独特性与反抗性。

本文将在以下三节内容，深入国产游戏的发展现状、国产游戏的中国文化传播，国产游戏宣传视频的文化传播研究现状。

1.2.1.2 国产游戏的发展现状

根据中国游戏产业研究院和中国音数协游戏工委联合发布的《2022 年中国游戏产业报告》，中国游戏用户规模为 6.64 亿，自主研发游戏国内市场实际销售收入为 2223.77 亿元，自主研发游戏是中国游戏市场的营收主体。报告还指出，我国越来越多的游戏企业将游戏出海作为重点发展战略，开拓海外业务的游戏企业数量正在逐渐增加。2022 年，中国自主研发游戏的海外市场收入为 173.46 亿美元，连续四年突破百亿美元大关。报告结尾提到，游戏作为文化载体的定位得到更进一步的明确，在十年间保持长期运营的游戏产品中，超过四成的游戏产品突出传播了中华传统文化，这类游戏产品更容易受到市场和用户的肯定，具有较长的生命周期。通过报告的数据和相关分析不难看出，国产游戏的出海已经不是势在必行的“未来时”，而是坚实迈进的“现在时”。

何威曾对国产游戏对外传播的现状作过总结，他认为，国产游戏已然成为了中国文化对外传播的新兴载体，目前国产游戏海外传播有三大特征：政府支出相对小、经济收益相对大；占领主要市场、配合国家战略；运营能力相对较强但其他产业链环节相对薄弱。[4]在另一篇文献中，何威提到，中国数字游戏对

① 胡杨，董小玉.游戏的人与游戏精神：移动社交时代的“游戏化生存”[J].新闻界,2017(10):73-77+102.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2017.10.010.

② Balela, M. S., & Mundy, D. Analysing Cultural Heritage and its Representation in Video Games. In DiGRA Conference.2015. 1-16.

③ 邓剑.中国电子游戏文化的源流与考辨[J].上海文化,2020(12):42-51+125.

④ 何威.中国数字游戏对外传播的现状、路径与思考[J].对外传播,2021(02):44-47.

中国知网 https://www.cnki.net

中华传统文化的传播要从符号、知识、观念三个层面入手。[①]裴永刚、索煜祺为国产游戏出海提出建议，表示国产游戏要发挥出海优势，离不开政府、行业协会、游戏企业三方的通力合作。[②]除了裴永刚等人提到的，通过多主体合作促进国产游戏增强文化出海优势，针对国产游戏对外传播的固有问题，张帅、陈新进认为国产游戏对外传播中国文化还需要从内容优化、品类创新、跨界合作、精准施策四方面入手。[③]曾倍伦和邓又溪强调，中国游戏“走出去”要注意实现从“传播载体”到“创新主体”的范式革新，“以原创网络游戏为基点，以‘元宇宙’为愿景，建构当代中国文化和未来文化，最终实现中华文化‘走出去’的价值创新。”[④]

经过上述文献的梳理，国产游戏有以下特征。首先，它是商业的，需要收获商业利润；其次，它是文化的，国产游戏大多携有中国文化的底色，部分国产游戏在无形之中肩负传播中国文化的职责；最后，越是能够挖掘、活用中国文化宝库资源的国产游戏所具备的生命力越是强劲。

1.2.1.3 国产游戏的中国文化传播

有关国产游戏的中国文化传播研究，研究者们呈现两种研究倾向，第一种倾向关照的是“游戏内看”，分析中国文化在其内部的嵌入与呈现；第二种倾向关照的是“游戏外走”，借由分析某些已经取得良好国际传播效果的国产游戏，总结中国文化在外传播的成功因素。该领域研究的“中国文化”与“中国传统文化”两组词语经常呈现“混用”状态，实际上若要细究，中国文化与中国传统文化存在着不小的差异，但本文选择依然将两者以相等的意涵理解，因为在实际研究当中，二者难以彻底厘清。

第一种关注倾向——向内看游戏，研究者们大多从游戏内部的人物、理念、场景设计等方面入手。部分研究者专门将注意力放置在某个具体的游戏角色设计上，尝试从游戏角色身上找寻中国文化的踪影。例如冯鸣、童威[⑤]，郑天仪、曲茹[⑥]两组研究者不约而同将游戏中颇具中国传统文化特色的角色“云堇”视作研究对象，讨论云堇的角色设计中所携带的京剧元素，诸如整体设定中的角色

① 何威,牛雪莹.数字游戏开展中华传统文化国际传播的趋势、方式与特点[J].对外传播,2022(09):21-25.

② 裴永刚，索煜祺.中华优秀传统文化走出去的创新路径探析——以数字出版中游戏出海为视角[J].出版广角,2022(15):47-52.DOI:10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2022.15.009.

③ 张帅，陈新进.国产游戏对外传播中国文化的现实问题与创新经验[J].青年记者,2022(24):72-74.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2022.24.035.

④ 曾培伦，邓又溪.从“传播载体”到“创新主体”：论中国游戏“走出去”的范式创新[J].新闻大学,2022(05):94-104+122.

⑤ 冯鸣,童威.以网游为载体的中国传统文化输出研究——以《原神》云堇角色设计为例[J].新媒体研究,2022,8(12):87-90+110.DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2022.12.006.

⑥ 郑天仪,曲茹.“游戏出海”与中国文化对外传播——以国产游戏角色“云堇”为案例[J].对外传播,2022(04):33-36.

中国知网 https://www.cnki.net

配音中的唱腔展现、角色设计的初始理念等。

部分研究者专门考察国产游戏中的游戏背景与中国文化之间的关系，他们发现中国历史、神话、宗教、武侠、仙侠等元素作为游戏背景具有强大生命力。孙静发现《阴阳师》设定背景中的“傩”与“方相士”源自中国远古时代，实际上还是“以中国古文化为基础，延续了中国风游戏的设计思路。”①李诗晓考察了《仙剑》系列游戏中对女娲、昆仑神话的化用，赞扬“神话模式”的游戏蕴藏着深厚的中国文化基础。②包媛媛研究《古剑奇谭：琴心剑魂今何在》后发现中国神话通过嵌入游戏叙事与虚拟世界图景的方式，实现叙事资源与文化象征的再运用。③牛景丽、于丹认为《仙剑奇侠传》承载了“剑仙文化”，进而勾联中国人的深层文化心理，表达了社会、生命、身体与精神等自由。④王晓露更进一步，通过量化统计考察中国古代神话元素在《仙剑奇侠传》当中的应用，发现神话始终贯穿人物对白、旁白、故事背景等方面。⑤

更多研究者选择将人物、背景、音乐、理念等方面联合起来一起分析。朱玥玓等人认为，中国元素在国产游戏中的融入可以在历史元素、中国式画风和人物造型、传统音乐、传统世界观方面下手。⑥刘姝秀从《原神》的中国风设计特点（环境塑造、音乐创作、游戏细节设计）、中国特色的理念与价值观（世界观与故事情节、角色形象设计）两大路径分析中国文化的组合逻辑。⑦ 黄项楚也从地图场景、音乐风格、人物设计、汉语文化等方面入手解析《原神》的文化输出策略，他认为国产游戏要实现文化输出，需要对中国元素进行利用，理解、发扬传统文化，借助文化接近性降低文化折扣。⑧

近年来，大量研究者拥抱第二种倾向——游戏向外走，将国产游戏置于文化出海的背景中、跨文化传播的语境下，总结国产游戏的海外传播经验。张妍等认为，在文旅融合背景下，国产游戏将传统文化、自然、人文景观糅合到开放世界设计中，能够丰富海外玩家对中华文化的认知，提升国家文化软实力。⑨乐雨袁认为《原神》在跨文化传播过程中，饱含中国文化特色的视听符号发挥了重要作用。⑩郑珊珊、曹玥通过亲身游玩《狄仁杰之锦蔷薇》发现中国文化元

① 孙静.解码《阴阳师》:国产游戏的突围之路[J].中国图书评论,2017(03):49-58.
② 李诗晓.从神的世界走来——从《仙剑》系列游戏论中国游戏对神话的运用[J].湖北省社会主义学院学报,2009(01):78-80.
③ 包媛媛.中国神话在电子游戏中的运用与表现——以国产单机游戏《古剑奇谭:琴心剑魄今何在》为例[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2014,46(04):86-91.
④ 牛景丽,于丹.《仙剑奇侠传》的文化承载[J].黑龙江社会科学,2007(01):118-120.
⑤ 王晓露.国产单机游戏《仙剑奇侠传》中“神话叙事元素”分析[J].大众文艺,2017(18):235-236.
⑥ 朱玥玓,于延,闫欢.国产游戏中的中国元素融入[J].黑龙江科学,2015,6(07):52+31.
⑦ 刘姝秀.游戏环境下的中国文化输出探索——以《原神》为例[J].科技传播,2021,13(08):112-114.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2021.08.040.
⑧ 黄项楚.国产游戏的文化创新模式探索——以《原神》为例[J].大众标准化,2021(22):156-159.
⑨ 张妍,李金昊,赵宇翔.文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析[J].图书情报知识,2021,38(05):107-118.DOI:10.13366/j.dik.2021.05.107.
⑩ 乐雨袁.新媒体时代国产游戏中中国文化符号的跨文化传播——以《原神》为例[J].海外英

中国知网 https://www.cnki.net

素在背景设定、服装设计、建筑风格、游戏剧情等方面均有融合之处。[①]郭璇、徐欣怡将《原神》放置于“双循环”新发展格局下，从“新世界主义”理念表达、人物、剧情设计的“民族性”表达、多元共存场景设计的“包容性”三个方面讨论整合国内外文化资源，实现移动游戏出海的可能。[②]

国外围绕中国游戏文化传播的研究已有累积，多从视听元素出发，探究在此之上的中国文化延伸，本质上依然是聚焦游戏内部、抽取个中特殊案例加以分析的研究。Choi 等人从视觉艺术元素角度出发，对《王者荣耀》中的“五虎将”系列皮肤进行分析，发现中国传统文化通过颜色、线条、图形等方式得以表达。[③] Kim 等人认为，中国武侠 MMORPG 通过人物角色设计形式、服饰、颜色和居住环境等方面既继承传统文化又融合到游戏内部中。[④]Liu 等人考察《倩女幽魂 2》中的虚拟人物、故事背景等方面，发现该游戏通过融合敦煌壁画的方式，使得用户体验了中国传统文化。[⑤] Prasetya 通过角色设计图抽丝剥茧般地查阅了埋藏在《原神》角色“魈”身上中国文化元素，籍由角色的造型、服饰等角度，考察了诸如傩面、降魔杵等细节要件，深入剖析了角色的文化内涵。[⑥]Agung 和 Wiwaha 调查了《原神》稻妻（以日本文化为设计底蕴的国家）中的角色“雷电将军”，通过分析角色概念设计、背景设计、造型以及衣物等方面，讨论角色设计中蕴含的日本文化如神道教的视觉呈现。[⑦]还有学者从角色建构、空间建构、社区建构的角度出发，将其视作《原神》文化出海成功的重要原因。[⑧]

少数研究留意到游戏与文化遗产之间的关联。崔晨阳等人建议，将杭州传统美食文化纳入到以微信平台为主体的小游戏当中，以期达到以数字游戏保护和传播中国非物质文化遗产的目的。[⑨] Gao 等人考察了《王者荣耀》中的“广东

语,2023(03):214-216.

① 郑珊珊,曹玥.中国元素在游戏中的跨文化传播浅析——以《狄仁杰之锦蔷薇》为例[J].新闻传播,2020(10):29-30.

② 郭璇,徐欣怡.中国移动游戏“出海”的机遇和路径[J].未来传播,2022,29(05):91-99.DOI:10.13628/j.cnki.zjcmxb.2022.05.012.

③ He，Y., & Choi，C. Analysis of Visual Art Elements of Game Characters Illustrated by the Case of Glory of Kings[J]. International Journal of Internet, Broadcasting and Communication, 2020, 12(3): 213-219.

④ 김춘희 & 김규정.중국 신화 무협 MMORPG 캐릭터 디자인에서 전통예술 표현에 관한 연구. 한국게임학회 논문지, 2013，13(2), 119-130.

⑤ 유영초 & 윤영두.문화 콘텐츠를 응용한 중국 온라인(MMORPG)게임 디자인 연구-돈황벽화를 중심으로-. 한국콘텐츠학회 논문지, 2018(10), 608-617.

⑥ Prasetya，X.F.S., & Anggapuspa，M.L. ANALISIS VISUAL DESAIN KARAKTER XIAO DALAM GAME GENSHIN IMPACT[J]. BARIK, 2022, 4(2): 185-198.

⑦ Agung，L. & Wiwaha，L.R. Preliminary study into the Genshin impact's aesthetics: The sustainability of visual culture through the character design[M].Sustainable Development inCreative Industries: Embracing Digital Culture for Humanities. Routledge, 2023.113-117.

⑧ Chang, X., Zhen, T., & Wang, Y. Exploring the Innovative Pathways of Chinese Traditional Culture's Foreign Communication through'Domestic Games Going Abroad': A Case Study of Genshin Impact. International Journal of Education and Humanities, 2023，8(1), 147-150.

⑨ Cui，C., &Zhao，Y., Wang,L. Protection and dissemination of Chinese intangible cultural heritage based on digital games[J]. International Communication of Chinese Culture, 2021, 8: 483-491.

中国知网 https://www.cnki.net

舞狮”元素在游戏角色设计时的应用，他们发现游戏设计者通过挑选非物质文化遗产——广东舞狮中的色彩、动作等相关中国文化符号，嵌入至游戏角色设计中，实现传承了非物质文化遗产的目的。[①]

少数研究者从语言学角度介入，考察了国产游戏中的文化词语与历史认知、文化特征的联系。姚思宇等人通过系统功能语言学比较《王者荣耀》的英雄故事与历史记载，发现其在重建叙事的过程中保留了空间环境；部分虚构的人物关系造成了历史时间线的扭曲；但也保留了对人物的核心判断。[②]巧合的是，国内学者何威、李玥也发现了《王者荣耀》中的历史人物角色对玩家的历史观影响，但研究结果出现了巧妙的对冲，何威等人的研究结果显示：“玩家普遍认为游戏中英雄人设与史实不太符合，熟练玩家更喜爱相应的历史人物，游戏行为对了解意愿有影响但却不显著，游戏行为与史实认知无显著关系。”[③] Pratama 等人通过词语形态学分析《原神》中璃月极具中国特色的“复合词”，探查其中可以被归为“幻想术语”的复合词。[④]这表明璃月的特殊复合词进行了一定的文化输出，吸引了相关研究者的好奇心。

基于上述国内、外文献梳理，国产游戏的中国文化传播研究主要有以下特征。第一，国产游戏的蓬勃发展以及承载的中国文化的功能已经收获到学术界统一认可。第二，围绕着国产游戏的研究思路大致为两条，分别是向内看（文化分析）、向外走（文化出海）。第三，大多数研究钻入游戏内部，择取不同维度（人物、背景、场景等设计）探究个中埋藏的中国文化身影。少部分研究将研究焦点收窄至游戏外围，考察游戏的传播效果以及对玩家部分概念认知的影响。

1.2.1.4 国产游戏宣传视频的中国文化传播

即便国产游戏的研究大浪汹涌澎湃，但是仅有少数研究者将考察对象聚焦在游戏宣传视频，关注中国文化在游戏宣传视频中的呈现与输出。胡红一、王萌从游戏宣传视频《神女劈观》入手，探究戏曲元素运用、受众平台选择、二度创作氛围营造等方式，讨论国产游戏为戏曲传播发挥的作用。[⑤]董航维通过借

① Gao, K., & Lee, D.-Y. Research on the Communication Effect of Intangible Cultural Heritage Cultural Symbols by the Game Character Design in ’King of Glory ’ : Focused on the “Guangdong Lion Dance.”[J]. Journal of Digital Convergence, 19(2), 433–438. https://doi.org/10.14400/JDC.2021.19.2.433.

② Yao, S., & Chen, Y. Reconstructing History and Culture in Game Discourse: A Linguistic Analysis of Heroic Stories in Honor of Kings[J]. Games and Culture, 2022，17(7–8), 977–996. https://doi.org/10.1177/15554120211070890.

③ 何威，李玥.戏假情真：《王者荣耀》如何影响玩家对历史人物的态度与认知[J].国际新闻界,2020,42(07):49-73.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2020.07.003.

④ Pratama，G.D, Bagaskara，D., DP，M.S. COMPOUNDING WORDS OF FANTASY TERM IN BOOK FROMS LIYUE GENSHIN IMPACT[J]. Empty page, 22.

⑤ 胡红一,王萌.浅析《神女劈观》对中国传统戏曲借助游戏传承发展的启示[J].美与时代(上),2023(02):116-120.DOI:10.16129/j.cnki.mysds.2023.02.023.

中国知网 https://www.cnki.net

助多模态话语分析框架，从文化、语境、内容、表达四个层级探讨游戏宣传视频《人间至味》中不同模态对宣传视频所起到的强化效果。[①]汪玉迪通过拆解《黑神话：悟空》宣传视频的三个中国文化表征（传统文学作品、中式时空美学、哲学文化思想），总结该视频“文化出圈”的原因：该视频实现了文化差异的弱化、文化认知的影响、文化语言的融合。[②]另外两位研究者谢美晨、王依晗与前者研究对象一致，可概括为以《黑神话：悟空》游戏视频为个案，分析其中蕴藏的世界观、哲学观、视听表达特点，探察游戏视频实现中国文化传播的输出路径。[③]

本文认为，上述研究对象应该统一称呼为游戏宣传视频比较合理，现有的游戏宣传视频研究在文化符号、符号叙事方面有待深入。笔者关注游戏宣传视频的原因之一在于玩家了解游戏的第一途径往往不是直接进入到游戏中进行体验，而是通过游戏宣传视频察看游戏的艺术审美定势以及主要玩法，游戏宣传视频正是游戏内部的重要展演窗口。同时，本研究突出“宣传”二字是为了更好地说明，目前市面上的国产游戏本质上是商业化公司生产的电子产品，回归其本质，能够为研究更为客观地看待游戏宣传视频传播思路与目的。如果以产品视角看待国产游戏出海的流程，宣传推广必然是其产品运营过程中重要的一环，它们大多带有拉新玩家入坑游戏、制造热度维持旧玩家留存的商业化任务。目前国内对于游戏宣传视频缺乏一个较为通用的讨论基础，不同研究之间的联系性较弱，难以形成有效的研究集群，笔者认为如果能够确定一个讨论的锚点，能够为后续研究树立应有的共识。

外国学者指出：“电影或游戏是一种视觉媒介。在宣传营销方面，预告片扮演着重要的角色。为了降低投资风险，实现利润最大化，游戏制作/发行商需要瞄准潜在的消费群体制定宣传战略，以吸引他们的注意力。”[④]该论述给予笔者启发，游戏宣传视频是一种游戏发行方基于商业利益考量，意图吸引游戏用户所发布的、具备一定宣传策略的文化产品。游戏发行方将游戏内的方方面面（包括人物、剧情、音乐等等）视作“商品”，推出宣传视频的目的是在游戏“外”持续吸引游戏玩家（无论是潜在的还是已有的）、增加游戏讨论热度以实现商业利益最大化。按照这个思路，国产游戏宣传视频的定义应该为：国产游戏发行方基于商业利益最大化考量发布在不同平台上，选用一定叙事策略传递

① 董航维.多模态话语分析视角下国产游戏《原神》的传统文化输出研究——以“逐月节”活动宣传视频《人间至味》为例[J].新媒体研究,2023,9(05):68-72.DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2023.05.014.

② 汪玉迪.浅析跨文化传播视域下游戏视频《黑神话：悟空》的“文化出圈”[J].科技传播,2023,15(13):115-119.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2023.13.016.

③ 谢美晨,王依晗.中国游戏的世界表达：从《黑神话：悟空》的游戏视频看中国文化输出[J].科技传播,2023,15(21):112-115.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2023.21.013.

④ Roh C H. Visual Narrative Strategy of Game Promotion: Comparative Analysis of Dead Island and Dead Island 2 Trailers[J]. Cartoon and Animation Studies, 2017: 249-269.

中国知网 https://www.cnki.net

文化审美定式、吸引游戏玩家的文化产品。该含义突出了宣传视频身为商业化产品的性质、锁定了宣传视频的发布主体应该为“官方”（非官方内容应被视为二创作品，该部分作品大多带有个人创作者较强的主观性），同时为后续文化传播的研究留有一定空间。

1.2.2 中国文化符号传播

1.2.2.1 中国文化与中国文化符号

文化在学术上的定义至今难以统一，来自不同国家、学派的学者从不同的学科视角出发，对“文化”二字进行了深入的思考与探讨。

在西方，文化一词源自拉丁文，本意为“耕作”，特瑞·伊格尔顿在《文化的观念》中写道：“‘Coulter’与‘Culture’是同源词，意为犁锋。”①可见，人与自然的关系成为了文化定义的重心。文化人类学创始人的爱德华·泰勒在《原始文化》一书中指出：“文化，或文明，就其广泛的民族学意义来说，是包括全部的知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及作为社会成员的人所掌握和接受的任何其他的才能和习惯的复合体。”②

在东方，梁漱溟将文化视作一个“民族生活的种种方面”，他总括为三个方面：一是精神生活方面；二是社会生活方面；三是物质生活方面。③梁漱溟先生定义的文化划分脉络遵从的是“生活”存在的“类别”，在常见的物质、精神生活之上纳入了社会生活的考量。在钱穆先生看来，“所谓‘文化’，本属包括着人生全体之各部门、各方面而言。”④这与梁漱溟先生的“种种方面”比较相似。

综合上述定义不难发现，文化范围之广泛可以直接贯穿人类生活的方方面面，物质、精神、社会等；文化历程之持续，需要以一个较长的、连续的视角去观察；最后是文化内涵之深远，于人类而言，文化往往被视作一笔意义非凡的“财富”。

作为四大文明古国中唯一延续至今的国家，漫长的岁月和丰富的生活实践积累了丰厚的文化资源。但文化是一个抽象概念，需要借助载体展示，而这个载体在现实世界中往往表现为“符号”。

文化符号作为文化的载体，成为了考察文化传播的重要路径。郦正认为，“文化符号的形成是一个自然历史过程。文化是人们有意识的行为创造的,但一种文化现象上升和抽象化为一种文化特有的表征符号,却是一个民族在长期的历

① 特瑞·伊格尔顿.文化的观念[M]，方杰译.南京：南京大学出版社，2003.1-2.
② 爱德华·泰勒.原始文化[M]，连树声译.桂林：广西师范大学出版社，2005.1-2.
③ 梁漱溟.东西文化及其哲学[M].北京：商务印书馆，2003.19-20.
④ 钱穆.民族与文化[M].北京：九州出版社，2021.33.

中国知网 https://www.cnki.net

史发展变革中,经过有意识或无意识的不断选择、淘汰最终定型的。”[①]Lizardo 则认为，“文化符号是外在形式和认知意义的动机映射，用以实现意义的私人唤起和公共外化。”他还强调，文化符号必须沿用可被某种“外现化”的感官形态承载，感官表现是文化符号的客观极点，意义则是它的语义极点。[②]前者强调了文化符号的“特定性”，它是归属于某一类特定文化系统的凝聚物，后者强调了文化符号的“结合性”，它是形式与意涵的统一。

Myers 指出，与文学一样，游戏以不同寻常的方式使用传统的符号与象征。研究游戏的意义在于，我们身处的虚拟时代，游戏和玩游戏占据了中心位置。[③]研究不同文化载体对中国文化符号的传播依然具有一定的研究价值，近年来涌现了越来越多承载着中国文化符号的游戏及其周延产品如宣传视频，探究中国文化符号在此之上的呈现能够为中国文化符号传播研究添砖加瓦。

1.2.2.2 中国文化符号类型划分

中国文化博大精深，涵盖范围十分宽广，要对中国文化符号进行合理的分类无疑是一个艰难的命题。

专门针对中国文化符号的专著已有不少，但分类角度难谈统一。易思羽主编的《中国符号》丛书，他精选了数百个中国经典符号，将其归类为古神话引（神话符号）、板桥道情（人物符号）、搔首问天（身体符号）、鹤鸣九泉（动物符号）、修竹留风（植物符号）、琴书乐道（艺术符号）、南方有台（建筑符号）、升平春色（色彩符号）、神游八卦（数字符号），分类极为细致。吴畏的《中国文化符号解读》，将中国文化符号分为色彩、食物、乐器等十四种类型。此外还有朱麟的《对外传播视野下的中华文化元素符号研究》，此书把中华文化符号分为中国自然元素文化符号和中国传统人文符号两大类。

还有部分学者深入特定地域或城市的符号进行研究。马翀炜发现哈尼族山寨箐口村的梯田、蘑菇房、图腾柱等类型文化符号呈现商品化、娱乐化的现象。[④]于丹等人采用量化分析的方法，测量了九十一个代表北京的文化符号，结果显示北京文化符号前十名大多是传统意义上的北京文化符号。在此过程中，他们将北京文化符号划分为京味文化符号、社会文化符号、政治文化符号等七大类型。[⑤]

① 郝正. 面向 21 世纪的中国文化形象与文化符号——建设社会主义文化强国的理论思考[J]. 社会科学战线, 2013(03):12-16.

② Lizardo，O. Cultural symbols and cultural power[J]. Qualitative Sociology, 2016, 39: 199-204.

③ Myers，D. Signs, symbols, games, and play[J]. Games and Culture, 2006, 1(1): 47-51.

④ 马翀炜. 文化符号的建构与解读——关于哈尼族民俗旅游开发的人类学考察[J]. 民族研究, 2006(05):61-69+108-109.

⑤ 于丹, 朱玲, 刘人锋, 余灵. 北京文化符号的媒介建构分析[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2015, 37(04):16-21.

中国知网 https://www.cnki.net

梳理上述文献可以得知，中国文化符号的分类标准较难得到统一，取决于研究者的研究视角、研究出发点。这无疑是在提醒我们，中国文化符号的分类应该是灵活的，研究者们要根据研究对象适时变通，归纳出符合自己研究“最大公约数“的分类。

回到本研究的对象——国产游戏宣传视频。雅各布森曾明确说过：“人类社会中最社会化、最丰富和最贴切的符号系统显然以视觉和听觉为基础。”①视频是音声画的有机联合，可以划分为视觉符号与听觉符号。李彬认为，“听觉符号体现于纵向的时间维度，旨在久远；而视觉符号展示于横向的空间维度，旨在广远。”②本文认为，仅仅停留在视觉、听觉符号上还不够。文化人类学家马林诺夫斯基在《文化论》中将文化分为物质文化、精神文化。③尽管视觉、听觉的划分标准是“感觉”，物质和精神的划分标准是“存在形式”，但“感觉”作为一种由外到内的体验，最终还是要升华到精神层面，因而在视觉、听觉符号之上，本文还要添加一项神话符号，用以阐释在精神层面的中国文化传播。

表 1-1 符号分析框架

符号分类	符号类型
听觉符号	音乐
视觉符号	景观、美食、器物、动作、服饰
神话符号	节日、传说、神话

1.2.2.3 中国文化符号国际传播现状

王华、龙芳指出，目前国内关于中国文化符号的传播效果及影响研究围绕着三个方面展开，“一是中国文化符号的认知情况调查；二是中国文化符号传播对国家形象的影响研究；三是中国文化符号与国家软实力发展研究。”④他们对此概括相当准确，本文研究的内容与第一种研究方向相同，因而下述文献梳理中将具体聚焦到中国文化符号海外传播类型与路径的议题。

中国文化符号传播类型的固化是长久以来的“积病”，大多出海的中国文化符号相当定型。这种现状的成因是相互作用式的，一方面因为部分文化符号出海已经积累了一定基础，再去推行其他于国外民众而言相对陌生的文化符号所需耗费的资源更多；另一方面是海外受众一旦常年累月地观看同质化的中国文

① 特伦斯·霍克斯.结构主义和符号学[M]，瞿铁鹏译.上海：上海译文出版社，1987.139.
② 李彬.符号透视：传播内容的本体诠释[M].上海：复旦大学出版社，2008.7.
③ 马林诺夫斯基.文化论[M].费孝通等译.北京：中国民间文艺出版社，1987.4-5.
④ 王华，龙芳.大数据和跨文化视角下中国文化符号在美国的传播研究[J].跨文化研究论丛,2019,1(02):105-116+153-154.

中国知网 https://www.cnki.net

化符号自然形成“刻板印象”。

王丽雅委托海外调查公司，在美国、德国、印度、俄罗斯进行了关于《中国文化印象》的问卷调查，调查发现，部分像中国功夫、中国烹调、阴阳图一类的文化符号在海外已经具有一定的认知基础，要积极赋予更多的核心价值内涵，部分像“龙”一样的、在双方历史语境中含义差别显著的符号要进行差异化塑造，树立全新形象。[①]于丹、杨越明通过选取美国、英国、法国、日本、韩国、澳大利亚等国家的二千余位民众进行在线调查，考察得知，就单个文化符号而言，排名前三的是熊猫、绿茶、阴阳。[②]李玮、熊悠竹发现中华文化符号更受俄罗斯精英群体喜欢，在抽查结果上，知名度前五分别是大熊猫、茶、长城、瓷器、丝绸，喜爱度前五则是大熊猫、茶、园林、丝绸、瓷器。[③]朱晓军、王雪勤曾调查吉尔吉斯共和国民众对中国文化符号的认知和喜爱度情况，知名度前五是大熊猫、汉语/汉字、长城、茶和龙，喜爱度前五是大熊猫、长城、汉语/汉字、功夫或太极拳与茶。[④]陈莉经过泰国、美国、突尼斯三个国家的实地调查发现，象征符号、生活符号、艺术符号、思想符号在汉语学习群体认知中占显著优势，对于非汉语学习者而言，象征符号与生活符号占优势。[⑤]姚君喜通过派发调查问卷，询问北京、上海、广州三地的外籍留学生得知长城、大熊猫、汉语、春节等中国文化符号知晓度高。[⑥]程海燕、吴长青结合一次线下绘画作品活动“我想象中的中国”，考察了土耳其民众对中国文化符号的认知，排名靠前的是龙、长城、古代服饰等文化符号。[⑦]

综合上述研究可以得知，能够漂洋出海的中国文化符号种类极其相近，大多围绕着宗教、动物、建筑、美食等“视觉”文化符号。难怪邴正曾结合美国《新闻周刊》的网民对 12 个国家文化的形象符号评选结果与韩国《亚洲经济》发表的文章提出疑问，“现代中国文化是否形成了一些标志性的文化符号？为什么这些文化符号在世界上传播有限？”[⑧]

---

① 王丽雅.中国文化符号在海外传播现状初探[J].国际新闻界,2013,35(05):74-83.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2013.05.001.

② 于丹,杨越明.中国文化“走出去”战略的核心命题“供给”与“需求”双轮驱动——基于六国民众对中国文化的认知度调查[J].人民论坛,2015(24):72-75.DOI:10.16619/j.cnki.rmlt.2015.24.001.

③ 李玮,熊悠竹.中华文化符号更受俄罗斯精英群体喜爱——中华文化国际影响力问卷调查之三[J].对外传播,2018(04):36-38+54.

④ 朱晓军,王雪勤.吉尔吉斯斯坦民众对中国文化符号的认同度分析——基于 2019 年吉尔吉斯斯坦人对中国文化认知调查[J].文化与传播,2021,10(03):88-93.

⑤ 陈莉.中国文化符号国际传播的效果及其优化:海外汉语教学的异质影响[J].江海学刊,2020(03):228-235.

⑥ 姚君喜.媒介使用对外籍留学生中国文化符号认同的影响[J].当代传播,2021(06):55-59.

⑦ 程海燕,吴长青.中国形象的文化符号国际传播路径——基于土耳其“我想象的中国”绘画作品的实证研究[J].西安外国语大学学报,2022,30(02):124-128.DOI:10.16362/j.cnki.cn61-1457/h.2022.02.005.

⑧ 邴正.面向 21 世纪的中国文化形象与文化符号——建设社会主义文化强国的理论思考[J].社会科学战线,2013(03):12-16.

中国知网 https://www.cnki.net

中国文化符号传播路径的相对窄化则是多因素共同作用下的“困局”，不可否认的是中国海外传播渠道的“相对有限”以及遭受到“区别对待”的事实存在。李天昊综合有关中国文化传播系列文献后梳理出海外受众了解中国的认知渠道，其中就包括互联网、小说与电影、中餐、舞蹈、音乐及艺术展览、文化大使开展的文化交流等途径。[①]上述路径中，互联网为大多数国外受众的第一认知渠道，然而海外盛行的 Facbook、YouTube 等新媒体重地，对中国乃至中国文化符号的真实信息传播依然不容乐观，原因或许是上述新媒体平台的内容审查机制偏向。

上述文献的梳理是为了说明当前世界格局下，中国文化、中国文化符号传播类型、渠道所遭遇的困境，更是为了紧扣本研究的价值所在。在常规渠道难以传播中国声音的今天，国产游戏成为了突破当前困局的一匹 “黑马”。而国家也早早注意到这匹“黑马”所拥有的可能性，2021 年 11 月，商务部等 17 部门联合印发《关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知》，《通知》中提到：“鼓励优秀文化产品、文化创意产品和影视剧、游戏等数字文化产品‘走出去’。”[②]这份通知无疑释放了积极的信号，我国一直试图为中国文化、中国文化符号传播寻觅一个新突破口，国产游戏的蓬勃发展为中国文化符号的海外传播留有充足的空间，在此过程中，游戏宣传视频所起到的作用理应受到研究者们的关注。

1.2.3 符号叙事学

符号学与叙事学（学界常将叙述学、叙事学二者混用，除去引用部分学者原话，本文其余时间统一采用“叙事学”的称呼）的联姻不是偶然，更像是一场命中注定。过往就有学者指出：“叙述分析是符号学的一个重要分支。”[③]从上世纪七八十年代开始，叙事学内部一股叙述转向的浪潮汹涌袭来，在多个学科如历史学、社会学、心理学内部等发生了不同重点的转向。[④]究其原因或许是研究者们对研究体裁的范围进行了一定程度的扩展，致使叙事学面临着一场重要的理论冲击。基于这番趋势，国内外学者深刻地认识叙事学应当自我改造，完成一次重大的革新。国内学者赵毅衡认为：“符号叙述学，必然是广义叙述学。”

① 李天昊.海外对中国文化的研究综述:符号、认知和渠道[J].新西部(理论版),2017(06):151-153.

② 中华人民共和国商务部.关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知［EB/OL］.http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gkzcfb/202110/20211003210161.Shtml.

③ Jonathan Culler．In Pursuit of Signs： Semiotics，Literature，Deconstruction，Ithaca： University of CornellPress，1981，186.

④ 赵毅衡.广义符号叙述学:一门新兴学科的现状与前景[J].湖南社会科学,2013,(03):191-195.

中国知网 https://www.cnki.net

他还提出，“符号叙述学研究的对象，是各种符号文本的‘叙述性’。”①探讨符号叙事学可以从符号学的符形、符义、符用三个维度出发，但符用学已然成为了研究者们的关注焦点。符用学强调研究符号与接收者之间的关系，关注接收者在何种情境下接收、使用符号的意义。目前在新闻传播学领域，符号叙事学的研究对象主要为图像、新闻、影片（包含短视频、电影、电视节目、宣传片、纪录片）等。在影片范畴尤其是以短视频、宣传片为对象的研究与本文研究“血缘”相近性较强。肖珺、张驰以“英国小哥看中国：解码新时代”系列短视频为例，得出结论：语言、非语言符号的动态聚合才能使得文本意义的完整生成；中国故事的跨文化传播应当着重留意非语言符号的叙事功能。②李忠分析了河南省形象宣传片《豫见中国，老家河南》从历史、文化、艺术、时间等多个符号维度建构了河南“老家”的品牌形象。③

符号学与叙事学体系庞大，不同研究者对于符号、叙事的分类、乃至分析视角呈现多样化的特征，本文将主要采取皮尔斯符号学的分析视角观察静态的符号，选取该视角的原因与优势将在后文展开。从叙事学维度理解符号文本的动态性时，笔者将参考影像叙事学的分析路径。

1.2.3.1 皮尔斯符号学

正如卡西尔所言，理性已经不足以作为一个理解人类文化生活形式的丰富性和多样性的方式，所有文化形式都以符号形式存在，应当要将人定义为符号的动物来取缔“人是理性动物”的说法。④正因为人与符号之间的复杂关系，符号学研究兴盛不衰。

在符号学界，学者们一般认为符号学有两位创始人，分别是瑞士人费尔迪南·德·索绪尔和美国人查尔斯·桑德斯·皮尔斯。索绪尔模式基本统治了二十世纪前期的符号研究，直至结构主义开始突破自身的限制、转变为后结构主义，符号学的基础理论实现了“模式”的转身，由以皮尔斯符号学为代表的动态解释与开放交流模式替代了语言符号学的结构主义/后结构主义模式。⑤赵星植指出，“索绪尔‘任意性’原则指导下的结构主义，不得不依靠系统确定符号意义。此时，这一封闭框架已容不下符号学的多元性以及其他开放式符号学体系。”⑥赵毅衡在赵星植译著《皮尔斯：论符号》一书的序言中写道：“坚持索绪

① 赵毅衡.符号学：原理与推演[M].南京：南京大学出版社,2011,321.
② 肖珺,张驰. 短视频跨文化传播的符号叙事研究 [J]. 新闻与写作, 2020, (03): 24-31.
③ 李忠.城市形象宣传片的符号叙事与品牌建构——以《豫见中国,老家河南》为例 [J]. 中国广播电视学刊, 2019, (06): 123-126.
④ 恩斯特·卡西尔.人论[M].甘阳译.上海：上海译文出版社，2003.42.
⑤ 赵星植.21 世纪以来重要符号学新流派的发展趋势[J].西南民族大学学报(人文社科版),2019,40(08):184-191.
⑥ 赵星植.21 世纪以来重要符号学新流派的发展趋势[J].西南民族大学学报(人文社科版),2019,40(08):1

中国知网 https://www.cnki.net

尔-巴尔特体系，已经严重妨碍中国符号学的发展。”

二十世纪六七十年代后，皮尔斯终于开始收获应有的关注，他的符号学思想蕴含了深刻的传播学思考。他突破性地提出了“符号三元构成说”，其中包含着三组三元关系。

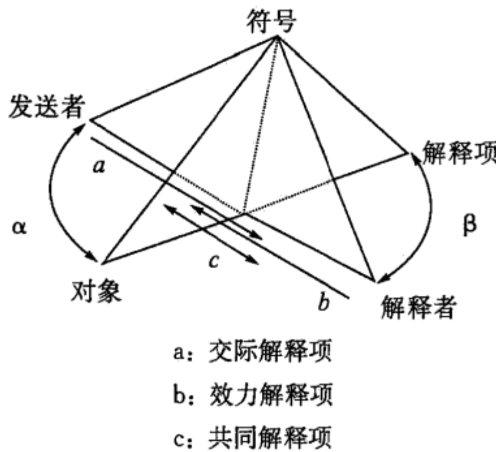


图 1-5 皮尔斯符号学的三组三元关系

第一组三元关系立足于符号自身，他如此定义符号：“我将符号定义为任何一种事物，它一方面由一个对象所决定，另一方面又在人们的心灵中决定一个观念；而对象又间接地决定着后者那种决定方式，我把这种决定方式命名为符号的解释项。由此，符号与其对象、解释项之间存在一种三元关系。”① 换言之，符号的三元联系可以被理解成再现体、指代对象、解释项。

第二组三元关系体现在符号传递过程中，即发送者、符号、解释者，发送者借由符号与解释者进行沟通，意义埋藏在符号当中。

第三组三元关系则建立在皮尔斯对解释项的相对细分。按照皮尔斯的说法，一切符号都由再现体、指代对象、解释项构成，他将解释项放在了三元结构的中心，给予了极高的重视。为了更好地阐述意义生成、传受双方共识的取得，他对解释项做出了更为详细的论述。“存在着意向解释项，它决定着发送者的心灵；效力解释项，它决定着解释者的心灵；而交际解释项或曰共同解释项则决定的是，发送者与解释者为了使交际得以发生而相互融合而成的心灵。可以把这种心灵称为共同心灵。”②即传、受双方的交流效果实际上是意向解释项与效力解释项彼此交接所取得的最大“接触面积”，也就是共同解释项。解释项的引入有效地撞开了结构主义那堵“封闭”的墙，将传统的二元“传播、接受”传

84-191.

① 皮尔斯.皮尔斯：论符号[M].赵星植译.成都：四川大学出版社，2014.31-32.

② Charles S. Peirce ＆ Welby-Geogory Vicotia Welby. Semiotics and significs：the correspondence between C.S. Peirce and Victoria Lady Welby[M]. Bloomington and Indianapolis：Indiana University Press，1997.196-197.

中国知网 https://www.cnki.net

播观转向以意义生成、交融为核心的三元传播观。

除去皮尔斯对三组“三元关系”的精妙演绎，皮尔斯还提出一个重要的理论概念——无限衍义。在皮尔斯看来，“解释项变成一个新的符号，以至无尽，符号就是我们为了了解别的东西才了解的东西。”①籍由这个解释，皮尔斯打开了“无限衍义”的大门，既然解释项能够成为一个“新”的符号，进而继续演绎出下一个“解释项”，那么符号蕴含的意义将会得到无穷尽的延伸。赵毅衡曾表示，“符号过程，定义上不可能终结，因为解释符号的符号依然需要另一个符号来解释。”②

皮尔斯从不同的符号与他物的关系立足点出发，对符号类型的分类颇为繁杂，其中最为人熟知的分类方式依据符号与指代对象之间的关系，皮尔斯将其可分为像似符、指示符、规约符。皮尔斯将像似符定义为：“像似符是这样一种符号，它仅仅借助自己的品格去指称它的对象，并且无论这种对象实际上存在还是不存在，它都照样拥有这种相同的品格。”③对像似符，他评价颇高，“直接传递观念的唯一方式就是借助像似符，任何一种间接传达观念的方法之确立都依赖于其对像似符的应用。”④对于指示符，皮尔斯则看重它与对象之间存在的“影响性”。“指示符是这样一种符号，它指示其对象是因为它真正地被那个对象所影响。”⑤比如风向标就是那么一种符号，因为它与风物理性地联系在一起，所以它适合被视为风的指示符。规约符在皮尔斯看来比较“蛮横”。“规约符是由这样一种符号构成，这种符号之所以为符号，仅仅是（或主要是）因为它被这样使用或被这样理解，而不管我们的习惯是天生的还是规约的，也不用考虑决定原初选择这些符号的动机是什么。”⑥

经由上述文献梳理，皮尔斯符号学的三元分析法为中国文化符号解析提供了一个分析思路。在研究一个符号时，本文将从再现体、指代对象以及解释项入手，关注符号与指代对象之间关系。

1.2.3.2 影像叙事学

从人类开口说话的那一刻开始，叙事成为了人类认识、理解外界的一种重要渠道。美国学者浦安迪认为，“叙事就是作者通过讲故事的方式把人生经验的本质和意义传示给他人。”叙事学作为一门学科，它是由结构主义影响而生发的、

① Charles Sanders Peirce，Collected Papers[M]，Cambridge Mass，Harvard University Press，1931-1958，Vo l 2,p.228.
② 赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京：南京大学出版社，2016.104.
③ 皮尔斯.皮尔斯：论符号[M].赵星植译.成都：四川大学出版社，2014.51.
④ 皮尔斯.皮尔斯：论符号[M].赵星植译.成都：四川大学出版社，2014.53.
⑤ 皮尔斯.皮尔斯：论符号[M].赵星植译.成都：四川大学出版社，2014.55.
⑥ 皮尔斯.皮尔斯：论符号[M].赵星植译.成都：四川大学出版社，2014.60.

中国知网 https://www.cnki.net

研究“叙事”的理论，经历了数十年的发展，可根据不同阶段的关注差异分为经典叙事学和后经典叙事学。

叙事学一词最早可见于1969年托多洛夫所写的《<十日谈>语法》一书中，彼时结构主义思潮正盛，结构主义语言学的奠基人索绪尔提出，语言研究应当聚焦在语言符号系统的内在结构关系。此后的俄国形式主义作为叙事学的源流之一，深刻地影响了热奈特、普林斯、查特曼等一大批学者。经典叙事学研究的对象大多为文学性文本，诸如小说、诗歌，研究者们“旨在建构叙事语法或诗学，对叙事作品之构成成分、结构关系和运作规律等展开科学研究”[①]。20世纪 80 年代之后，后结构主义与历史主义作为一股春风吹进了经典叙事学领域，与此同时，经典叙事学与其他领域的结合拓展出了新的疆域，在经典叙事学的理论基础之上，后经典叙事学得以诞生，后者研究 “力图超越纯粹的文本范围，而将文本与围绕文本的语境相互结合的研究上。”[②]后经典叙事学更是将文字、影像等不同形态的媒介纳入至研究范围之中，因此，立足于文本、画面、音声的电影、电视剧等载体成为了后经典叙事研究的重要组成部分之一。

影像叙事学又名电影叙事学，由弗朗索瓦·若斯特在 1986 年的《当代电影叙事和电影符号学》一书中明确提及。随着后经典叙事学的转向，叙事学相关研究拓展至电视剧、纪录片等影像艺术，其学术基底依旧是旧有的叙事学。影像叙事学是一种研究影像文本讲故事的方法，涉及影像中使用的元素功能、布局结构、叙事策略以及叙事目的的探讨。[③]

宣传视频本质上是一种糅合了声音、画面、文字等多模态表达方式的影片，因而可以归入到影像叙事研究中。影像叙事研究范围囊括叙事者、叙事空间、叙事视角等方面。本研究选择集中关注宣传视频的叙事主体、叙事视角、叙事时序。目前叙事主体的讨论主要集中在内、外叙事者两种。申丹在相关文献中提出，叙事视角可细分为无限制视角、内视角、第一人称外视角、第三人称外视角。[④]叙事时序则可被分为顺叙、倒叙和预叙三种类型。

① 申丹.叙事学[J].外国文学,2003,(03):60-65.DOI:10.16430/j.cnki.fl.2003.03.011

② 谭君强.发展与共存:经典叙事学与后经典叙事学[J].江西社会科学, 2007, (02): 27-33.

③ 李显杰.电影叙事学：理论和实例[M].北京：中国电影出版社,2000.22.

④ 申丹.视角[J].外国文学, 2004,(03):52-61.DOI:10.16430/j.cnki.fl.2004.03.011.

中国知网 https://www.cnki.net

1.3 研究设计与研究方法

1.3.1 研究问题与研究思路

基于现有文献的梳理和对研究对象的持续观察，本研究提出三个研究问题：

研究问题一：《原神》官方海外宣传视频矩阵中含有哪些中国文化符号？

研究问题二：《原神》官方海外宣传视频矩阵中，不同类型的游戏宣传视频的中国文化符号的组合逻辑与叙事策略如何？

研究问题三：《原神》官方海外宣传视频的中国文化传播实践对国产游戏宣传视频的中国文化传播有什么启示？

本文的研究思路如下。首先，从静态的符号出发，通过视觉、听觉、神话符号三大框架将三十八个宣传视频中的中国文化符号进行识别并加以分类放置到合适的章节，针对单个符号时，本文将采用皮尔斯符号学的三元分析法进行解构。该部分研究用以回答研究问题一："《原神》官方海外宣传频道矩阵中含有哪些中国文化符号？"具体而言，听觉符号指向音乐符号；视觉符号包含景观、美食、器物、动作、服饰符号；神话符号包括节日、传说、神话符号。其次，由静态的符号延展到动态的叙事，分析宣传视频中的符号组合逻辑以及在叙事主体、叙事时序等方面采取的叙事策略，此部分研究用以回答研究问题二："《原神》官方海外宣传视频矩阵中，不同类型的游戏宣传视频的中国文化符号组合逻辑与叙事策略如何？"最后，结合上述两章节内容，回顾国产游戏海外宣传视频中的中国符号传播亮点与不足之处，为国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播提出相应建议，用以回答研究问题三："《原神》官方海外宣传视频的中国文化传播实践对国产游戏宣传视频的中国文化传播有什么启示？"

本研究基于五个部分展开：

第一章为绪论，集中交代了研究背景、意义、设计、方法以及思路等方面内容。对本文涉及的研究对象与相关理论进行文献梳理，为后续内容撰写提供理论分析依据。

第二章为国产游戏海外宣传视频的中国文化符号分析。本章将研究样本的符号类型划分为视觉、听觉、神话符号，采用皮尔斯符号三分法探索研究样本中的中国文化符号详情。

第三章为国产游戏海外宣传视频的符号叙事分析。本章主要采用了符号双轴理论与影像叙事学的分析视角，从研究样本符号组合逻辑、叙事主体等叙事策略进行细致阐释。

第四章首先对前两章内容进行一个概括性总结。回顾《原神》官方海外宣

中国知网 https://www.cnki.net

传视频传播实践的亮点与不足，分析它为国产游戏宣传视频的中国文化传播提供的启示。

最后是研究结论、不足与展望部分。经过梳理整体研究，总结本文研究结果，提出研究存在的不足之处以及未来研究展望。

1.3.2 研究平台与研究对象

YouTube 创建于 2005 年，是目前全球大型视频搜索和分享平台之一，为用户提供上传、观看、分享、评论视频的服务。本研究选择 YouTube 为研究平台有以下原因。第一，从影响力角度分析，它是覆盖全球的大型视频平台，2022 年用户总数在 25.14 亿人次以上①，在此平台上传播中国文化并且斩获一定宣传效果的国产游戏宣传视频具有相当的研究价值。第二，从媒介形态角度分析，相较于文字、图片的传播，视听话语具有有效跨越文字传播障碍、符合媒介受众新需求、强大说服感染力的优势。②

《原神》海外官方账号作为本文的研究对象，它在简介中写道："《原神》是一款由 HoYouverse 骄傲推出的开放世界动作游戏。在提瓦特的世界里——各种元素力量涌动——史诗般的冒险等待着你，无所畏惧的旅行者！"以"开放世界"+"动作"为营销卖点的《原神》，实际的主要营收模式还是通过开放特定游戏人物的抽取卡池来获取用户资金。在这种游玩模式中，驱动玩家游玩、保持体验热情的重点在于游戏人物、游戏环境、游戏音乐乃至游戏品牌的营销。

游戏宣传视频矩阵可以细分为人物演示集、璃月音乐集、剧情回顾集、璃月食集、景区联动集、幕后创作集、特殊动画集七类。

人物演示集起到展示即将推出的游戏人物技能、故事等内容，树立人物形象、吸引用户抽取该名角色的作用，这部分内容是《原神》官方频道的主要赛道。剧情回顾集囊括了不同游戏版本中的重要演示动画，通过剧情动画浓缩了对应版本的核心场景和价值观。璃月音乐集收录了璃月国家中的不同区域播放的背景音乐、战斗音乐等。璃月食集记录如何在现实中复现游戏内出现的中国珍馐。景区联动集交代了璃月创作过程中的部分极具中国特色的景观设计原型和理念。幕后创作集展示了部分游戏人物、怪物的设计理念与思路，还有两集介绍了中国非物质文化遗产——内画、木版年画。特殊动画集采取了与一般宣传视频差异化的动画手法来进行内容表达。

《原神》在主观层面上以中国自然景观与人文文化为主要创作灵感，将其

① 海外渠道 Jane. 2023 年 YouTube 用户数据报告 ——包括全球 YouTube 用户数量、YouTube 热门国家、YouTube 受众统计数据等[EB/OL]. https://zhuanlan.zhihu.com/p/532747259.

② 栾轶玫.视觉说服与国家形象建构——对外传播中的视听新话语[J].新闻与写作,2017(08):14-18.

中国知网 https://www.cnki.net

融入至游戏乃至游戏宣传中，在客观层面上发挥了传扬中国传统文化的效用。具体而言，它结合张家界、黄龙、桂林等景区进行游戏内部场景的再塑与传播，上传中国非物质文化遗产的介绍视频，将游戏内的璃月食谱于现实中重现，形塑了传承悠久、灿烂辉煌的中国文化形象。

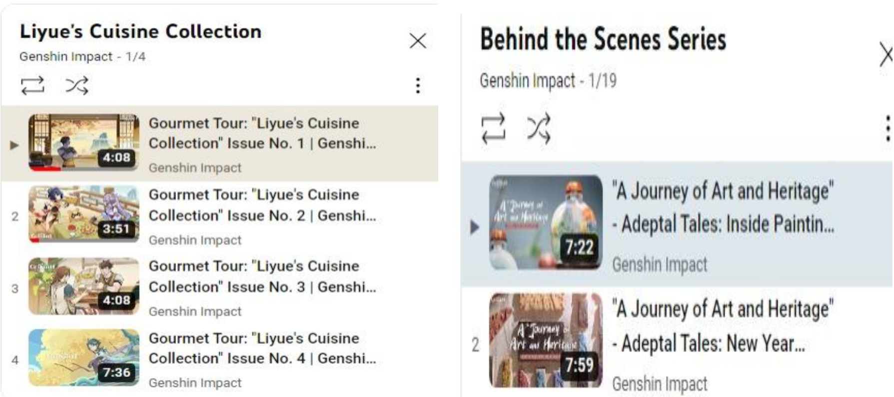


图 1-6 璃月食集（左）、流光溢彩（右）

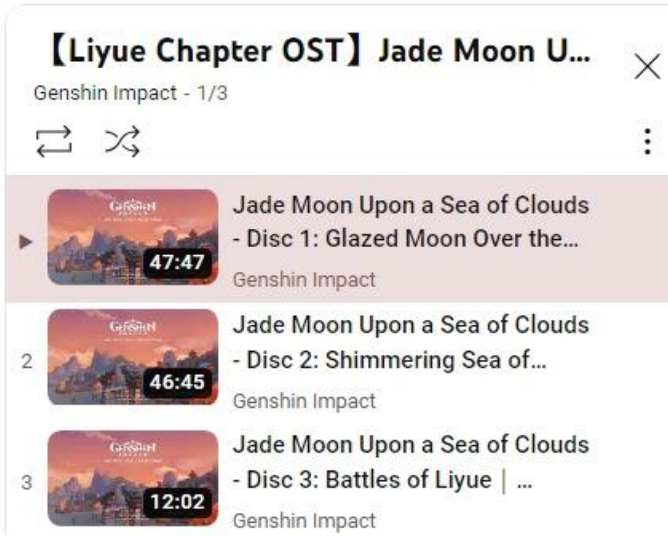


图 1-7 璃月音乐集

1.3.3 研究样本选取与采集

本研究选择游戏宣传视频的理由如下。第一，跳出审视游戏内部的研究局限，以宣传视频为载体，探究宣传视频的中国文化符号和符号叙事策略，剖析其传播中国文化的路径。第二，《原神》取得巨大的商业成功离不开宣传视频的功劳，游戏宣传视频需要完成浓缩思想表达、争取在极短的时间内吸引受众眼球的任务，在此过程中，中国文化符号往往得以集中表达。三，游戏中存在着一个以中国为设计原型的国家——璃月，与该国家相关的游戏宣传视频可从人

中国知网 https://www.cnki.net

物演示集、璃月食集、景区联动集、璃月音乐集、剧情回顾集、创作幕后篇、特殊动画集七类中抓取，总计三十八个视频，下面是选取视频的名称、播放量、点赞量、内容概述。

表 1-2 宣传视频的相关数据

景区联动集	播放量	点赞量	内容概述
「从驻足到远行」景区联动纪录片-桂林篇丨原神	79 万	3.7 万	视频讲述桂林连绵山丘、秀丽水域的自然风貌为璃月“荻花洲”的设计提供了良好的蓝本，还回答了开放世界的“人文因素”、“创作成就感”等问题。
「从驻足到远行」景区联动纪录片-黄龙篇丨原神	44 万	1.9 万	视频讲述黄龙复杂多样的生态样貌为璃月“渌华池”的设计提供了重要的参考。
「从驻足到远行」景区联动纪录片-张家界篇丨原神	35 万	2 万	视频讲述张家界雄壮俊美的峰林为璃月“绝云间”、“天衡山”等区域设计的设计提供了丰沛的灵感，还回答了关于璃月创作的出发点、场景设计中提炼中式美、关于未来规划等问题。
璃月食集	播放量	点赞量	内容概述
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第一期	76 万	8.1 万	视频讲述“复现”游戏内食物“文火慢炖腌笃鲜”的现实做法。剥春笋、浸风干五花肉、切生姜、鸡肉姜葱焯水，撇去浮沫加入白酒；切火腿片、春笋片；猪油润锅煎熟红烧肉，加入高汤、百叶结。
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第二期	60 万	6.2 万	视频讲述“复现”游戏内食物“金丝虾球”的现实做法。水烫粽叶、切土豆成片过水再切丝然后放入水中、鲜虾吸水后斩碎成虾泥，虾仁留尾；虾泥搓成虾球，加上虾尾裹上面粉、土豆丝；开火热油炸熟；粽叶垫底，上放炸熟的金丝虾球。
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第三期	53 万	5.3 万	视频讲述“复现”游戏内食物“辣肉窝窝头”的现实做法。准备白面、玉米面，开水揉匀，擀成面团，醒面发团；将醒面后的面团捏出中间内陷的形状，加上图案，放入热水蒸笼；准备线椒、泡椒、猪肉，切碎三者，猪肉切碎后加入盐巴调味；炒熟姜葱末后加入猪肉碎、辣椒粒，猛火炒熟；生菜垫底，面团内加入炒肉。
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第四期	41 万	4.7 万	视频讲述“复现”游戏内食物“杏仁豆腐”的现实做法。热水化开冰糖，彻底融化后加入干桂花与蜂蜜，冷冻汁液后入瓶。在三色面皮中包入莲蓉成面团冷藏，杏仁煮熟去皮、牛奶浸泡，再经由石磨搅拌为杏仁露，后加入淀粉增稠。甜菜汁、菠菜汁、糯米粉捏成对应面团煮熟加热成三色丸子。三色面团开花口入油锅至绽放态的莲花酥。同时将冻好的杏仁露切块与三色丸子装盘，浇上桂花蜜。
幕后创作集	播放量	点赞量	内容概述
《原神》「流光拾遗之旅」——仙闻篇·内画	33 万	2.5 万	视频呈现了非遗文化遗产——内画的发展与传承、绘画技法与流程、内画手艺人目前专注的文化领域等，紧接着探索了内画与璃月地区场景、仙人形象结合的可能，视频最后回扣至提醒观众守护非遗文化的主题。
《原神》「流光拾遗之旅」——仙闻篇·木版年画	42 万	3.3 万	视频讲述了非遗文化遗产——木版年画的发展脉络、制作工具与工序。在创作五夜叉木版年画的进程中插入非遗传承人学习该门手艺的经历，探索了通过木版年画呈现五夜叉

中国知网 https://www.cnki.net

			守护璃月的创作可能，视频最终落脚点仍然是守护非遗文化的主题。
戏中人间——《原神》云堇创作的幕后	96 万	6.3 万	视频讲述了原神角色云堇的创作理念与思路，展示了设计之初锚定人物定位、提取与改编中国戏剧元素的流程，最终完成一名游戏角色的整体设计。
潜心雕龙——《原神》若陀龙王创作的幕后	117 万	7 万	视频讲述了世界级怪物若陀龙王的创作理念、思路，展示了设计参考的原型与改编、整合不同原始设计元素的过程，最终形成若托龙王设定与形象的完稿。
旅人的弦歌——《原神》璃月音乐的幕后	30 万	1.7 万	视频讲述了原神的音乐创作团队对于璃月音乐抱有的创作理念，介绍了在音乐厅内搭建概念录音棚的录制实验，视频中还介绍了璃月音乐制作中出现的笛子、二胡、古筝、琵琶等演奏家与监制、导演等创作人员。
璃月音乐集	播放量	点赞量	内容概述
【皎月云间之梦 Jade Moon Upon a Sea of Clouds】Disc 1 - 琉璃明月照海平 Glazed Moon Over the Tides丨原神	575 万	11 万	视频涵盖从《璃月》到《随海风而来》的三十三首纯音乐。
【皎月云间之梦 Jade Moon Upon a Sea of Clouds】Disc 2 - 山巅清心云间月 Shimmering Sea of Clouds and Moonlight丨原神	155 万	2.9 万	视频收录《山风拂萝衣》至《壶中洞天》的三十三首纯音乐。
【皎月云间之梦 Jade Moon Upon a Sea of Clouds】Disc 3 - 璃月鏖战录 Battles of Liyue丨原神	66 万	1.4 万	视频包含《疾如猛火》《激波逐浪》《鲜衣游侠》三首纯音乐。
剧情回顾集	播放量	点赞量	内容概述
《原神》剧情 PV-「神女劈观」	889 万	36 万	云堇以表演璃月戏切入，讲述一位被父亲献祭给邪祟的少女在紧要关头打败邪祟、拯救村民，后被仙人收为仙家弟子，她在山上修行多年后某日重返原址，却发现那里已经破败不堪，没有村人居住，自己的亲人也已不见的故事。
《原神》剧情 PV-「人间至味」	188 万	12 万	视频讲述了炉灶之魔神马克修斯为归离集璃月先民生火做饭、助人团圆；在大地遍布灾难与疾病之时，马克修斯挺身而出、将全部的力量注入到土地之中，平息种种灾害，完成这一切后退化为锅巴，在山林中久久睡去，苏醒后吃了香菱的食物，决心与香菱为伴，从此一直跟在香菱身后。
《原神》剧情 PV-「惟余旧忆」	308 万	21 万	视频讲述了护法夜叉浮舍与术士伯阳献祭自己在层岩巨渊地底守护封印，不让深渊力量外泄的故事，过程中穿插了浮舍与各位夜叉之间的交往旧事。
《原神》剧情 PV-「余音萦心」	136 万	10 万	视频以留云借风真君的口吻，讲述了歌尘浪市真君与归终两位仙人因音乐成为知己，歌尘浪市真君因归终死于魔神战争从此封琴不奏，前往璃月港生活的故事。
《原神》剧情 PV-「长生」	75 万	5.5 万	视频讲述了白术脖子处的白蛇——长生的过去，长生原为沉玉谷中的仙人药君，因事故失去了自身大部分的仙力，只能与人类立下契约借助人类的力量活下去。长生与人立下契约之后，人类便可借助它的部分仙力吸收其他人的病痛，但这位人类吸收病痛以后不能向外转移，只能逐渐衰弱。
《原神》剧情 PV-「创龙点睛」	305 万	11 万	视频讲述了岩王帝君钟离与若陀龙王立下契约、成为战友的过去。钟离发现若托龙王目

中国知网 https://www.cnki.net

			不能视，答应许以若陀眼睛，为它看清世界提供帮助，但同时若陀不能伤害人间，否则钟离将会把它封印。
特殊动画集	播放量	点赞量	内容概述
《原神》海灯节 CM 短片：明霄幻梦	418 万	40 万	视频以动画的形式展现了璃月海灯节的盛况，各国角色来到璃月欢度海灯节，各国神明以此为机会多年后再次聚首。
《原神》海灯节定格动画-「庆佳节」	107 万	7 万	视频采取了定格动画的形式，以瑶瑶的视角展开，讲述璃月的海灯节祭英雄、放烟花、挂霄灯、齐团圆的节日传统。
《原神》风物集短片-璃月篇	260 万	7.1 万	视频呈现了璃月地区独特、优美的自然风貌、人文传统。
人物演示集	播放量	点赞量	内容概述
《原神》角色演示-「白术：治则求本」	162 万	11 万	视频讲述了白术在野外炼药，遭遇盗宝团企图偷取药方并与他们作战，过程中展现了他的战斗动作。视频整体表现了白术为医术不惜奉献自己生命也要治病救人的角色形象。
《原神》角色演示-「瑶瑶：仙桂莹澈」	159 万	10 万	视频讲述瑶瑶练功修行、行遍山水之间，路遇魔物并拔除的经过。视频整体展现了瑶瑶天真散漫、对一切生灵保有怜爱之心，深得仙人们喜爱的角色形象。
《原神》角色演示-「云堇：虹章书真意」	346 万	20 万	视频展现了云堇作为璃月云翰社当家的社会身份，展现她唱璃月戏时的动作身姿。结合闪回的、与坏人的战斗场景，刻画云堇坚守璃月戏传统、不忘行侠仗义的人物品格。
《原神》角色演示-「申鹤：闻鹤于野」	614 万	32 万	视频展现了申鹤在野外救助重云的场景，集中表现她与魔物战斗过程中优雅灵动的战斗身姿。视频目的为表现申鹤作为仙家子弟，路遇不平即会施予救援的善良品质。
《原神》角色演示-「夜兰：晦雨幽客行」	568 万	30 万	视频展现了夜兰作为总务司负责人（情报机构）的工作，她在野外遇到了前来劫财的盗宝团并击退他们，将他们打败后破获了另一些想要危害璃月的阴谋。视频主要传达了夜兰不计俗名、追求刺激、在暗中保护璃月的人物形象。
《原神》全新角色演示-「烟绯：百法通明」	560 万	21 万	视频介绍了烟绯在璃月律法咨询师的社会身份，在野外探险时，烟绯会顺道拔除为非作歹的盗宝团、愚人众与魔物。视频整体表现了烟绯追求公正孜孜不倦的精神。
角色演示-「胡桃：生人勿近」｜原神	1967 万	43 万	视频讲述了胡桃整蛊意图在山上偷盗宝物的盗宝团、打跑妨碍祭送逝者仪式的愚人众。视频整体表现胡桃古怪活泼但在生死轮回上负责认真的往生堂堂主形象。
角色演示-「魈：历劫祓恶」｜原神	1314 万	36 万	视频主要场景均在野外，花费了大量的篇幅展示魈作为护法夜叉在外打击坏人、魔物的行动，过程中通过镜头展现了魈被过往业障所困，一直为之痛苦的心路历程。视频主要表达了魈坚守曾立下守护璃月的契约、除魔物护苍生的一面。
角色演示-「甘雨：梦里韶光」｜原神	796 万	22 万	视频是甘雨的梦，梦中的她与魔物作战。在七七叫醒野外睡觉的甘雨后，她们遭遇了一批前来袭击的魔物，随后与之作战。视频主要表露甘雨作为璃月七星秘书的尽职尽责，为之加班到不知不觉在野外睡着的勤勉精神。
角色演示 -「钟离：听书人」｜原神	3086 万	54 万	视频以说书人说书为引子，钟离在喝了一口茶后陷入到过去与魔物作战、拔除祸害的回忆中，途中穿插了钟离自述要为璃月苍生荡涤四方、守护万家安宁的愿望。

中国知网 https://www.cnki.net

全新角色演示-「辛焱：非常摇滚的选择」丨原神	711 万	11 万	视频讲述了辛焱作为璃月内少数的摇滚乐歌手的身份，以及她不畏成见、勇于用音乐表达自己的精神。在野外探险的过程中，她也展示了与魔物作战时所必须的作战技巧。
全新角色演示-「刻晴：玉衡七星」丨原神	650 万	8.8 万	视频展示了刻晴作为璃月七星身上肩负的重担，表现了她积极开拓、锐意改革的精神。在野外，她遭遇了魔物并与之作战，呈现了她战斗的身姿。
全新角色演示 – 《七七：冰冷复活》|原神	683 万	10 万	视频展现了七七天真单纯的人物性格，勤勉耐劳的药童精神。在上山采药的过程中，她遭遇了盗宝团和魔物，展现了她的战斗动作。
“火焰篇”——厨师香菱|原神冲击	2163 万	7.3 万	视频展现了香菱活泼可爱的人物性格、积极进取的厨师精神。她攀山越岭找寻璃月地区不同的食材，试图找到全新的美食风味，在此过程中展示了她与魔物战斗的场景。

通过相关数据的呈现，《原神》频道的海外影响力得以佐证。同时，宣传视频具有的显著特点也可以进行总结。第一，门类相对分明。从宣传视频的“属性”层面上分析，宣传视频内容偏向以及宣传视频矩阵分类标准鲜明，但由于部分人物演示集与幕后创作集之间存在交叉，如云堇的幕后创作与云堇的角色演示、璃月音乐合集与璃月音乐的创作幕后，因此本研究将幕后创作篇中的三篇内容融入至其对应讨论的主体集合中。不同类别的宣传视频中，中国文化符号的“含量”、叙事策略存在一定差异。第二，长短皆有。从宣传视频的“时长”层面上分析，短则有一两分钟的人物演示，长则有四十多分钟的音乐集。第三，语言多样。从宣传视频的“语种”上分析，大多宣传视频在海外有主流的英文、日文、中文版本，但也有部分视频只存在中文版本。

了解研究对象的基本情况是为了更好地服务后续的研究分析，受限于宣传视频自身的信息密度、不同门类宣传视频等差异，本文使用皮尔斯符号三元分析法时也会有所侧重，尽可能地挖掘其中显著的中国文化符号。

1.3.4 研究方法

本研究主要采用个案研究法，归属于质性研究门类下。质性研究适用于“在微观层面面对社会现象进行比较深入细致的描述和分析，对小样本进行个案调查，研究比较深入，便于了解事物的复杂性。”①个案研究法要求研究者深入探究个案资料的方方面面。具体而言，本文的研究对象为 YouTube 平台上的《原神》官方宣传视频的璃月相关视频。个案研究的优点在于通过对研究对象材料的深入解析，能够有效挖掘研究对象背后存在的逻辑肌理与关键特征。为

① 陈向明.质的研究方法与社会科学研究[M].北京：教育科学出版社，2001.473.

中国知网 https://www.cnki.net

此，本文不仅需要完成收集、整理、归纳对应研究材料的相关数据、内容概述等位于浅层操作，还需要在不同的符号类目、叙事维度上钻研对应的宣传视频，尽可能完整地发掘与阐发其中符号、叙事侧特征的线索与“解释性理解”，用以解答研究问题。

为了实现上述需求，在“解剖”研究对象的过程中，本文主要选取了两把“手术刀”——分别是符号学与叙事学，其中针对静态的单个符号所采取的研究策略是皮尔斯的符号三分法，从再现体、指代对象、解释项等维度展开符号，探究单个符号中埋藏的、与中国文化符号息息相关的内容；完成符号本体的解析以后，转入到动态的符号叙事中，此时以符号双轴理论、影像叙事学为主要理论资源。归纳符号组合逻辑以及从叙事主体、视角等维度探明宣传视频的符号叙事特征，总结宣传视频矩阵中所采用的叙事策略，能够助力理解创作团队在完成单个符号创作以后，以哪些具体的组合方式将不同符号融入到宣传视频矩阵之中。

1.4 创新思路

（一）对象选择：现阶段围绕《原神》的学术研究正在持续推进中，大部分研究的主体为宽泛意义上的“游戏”，缺点在于“游戏”本身是一个庞大的符号集合，容易令研究缺乏较为集中的研究焦点。本文选取游戏宣传视频能够有效厘清展演主体，利用符号、叙事学资源进行解析，实现探究中国文化符号呈现、叙事特点的目标。

（二）内容补强：现阶段围绕《原神》的学术研究大多落点在国际传播范畴内，可见即便随着时代与载体的更迭，中国文化符号的国际传播仍然是一个经久不息的研究主题。此番研究通过引入皮尔斯符号学在一定程度上为该领域的学术成果稍加补充，辅佐志同道合者较好地认知、理解、关注作为游戏外延的宣传视频内潜藏着大量的中国文化符号的现有情况，同时提示研究者们给予商业化公司的中国文化海外传播成果应有的关注。

中国知网 https://www.cnki.net

第 2 章 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号

本章将聚焦《原神》官方海外宣传视频的中国文化符号分析，从听觉、视觉、神话符号三个维度入手，考察不同展演倾向的宣传视频所传递的中国文化符号，本节选取皮尔斯的符号三元分析法作为主要的分析方法，从静态视角探查宣传视频所蕴含的中国文化符号详情。

2.1 听觉符号：悠扬空灵的中式美

听觉符号理应包含音乐与同期声，但海外宣传视频的同期声配音多为英语、其次是中文和其他版本的语言，同期声在传递中国文化符号方面存在一定不足，因而本文选取音乐符号作为听觉符号的主要分析对象。音乐作为一种极富感染力、穿透力的艺术形式，扎根于不同国家、民族的文化基因之中。本次研究对象中的音乐符号集中在名为“皎月云间之梦”的OST（Original Sound Track，即原声大碟）合集，三个合集收录了六十九首纯音乐，其中二十八首歌曲在制作列表明确列出的中国民族乐器有笛子、古筝、琵琶、二胡、中胡、三弦、阮、箫。其它类型的宣传视频中没有明确标注使用了哪些民族乐器，受限于笔者的专业知识与能力，无法一一辨认，下面的分析将结合“旅人的弦歌——《原神》璃月音乐的幕后”，从已有明确乐器标识的音乐曲目出发。

不同的民族乐器在乐曲演出中能够担任的角色各不相同，音色各有特征，这为游戏音乐创作提供了相当的灵活度，下面将简要介绍不同民族乐器的音色特点。笛子在不同剧种音乐的伴奏中，已分为两种形制，一者是梆笛，“笛曲音调起伏大、跳进多、节奏灵活多变”；一者是曲笛，“其笛曲音调多用波浪式连线，节奏平稳”。[①]古筝在地域特征上可划为南北两派，“南派一般比较幽雅、柔美、稳重、含蓄抒情，北派一般较泼辣、粗犷。”[②]琵琶的表演风格跨度颇广，既能完成风格细腻婉约的文曲，又能展现武曲的热烈粗犷，更能兼顾二者特色，展现融合前两者各自特征的大曲。[③]二胡的音色特点常常被描绘为“柔和婉转、悠扬凄美、音域宽广、回音显著”等[④]，中胡由二胡改良而成，“音色宽阔、饱满、浑厚，近似男性歌唱声腔。”[⑤]三弦因为自身音色“柔中带刚、刚柔并济等

---

① 詹永明.南北笛曲风格及其演奏流派[J].中国音乐,1997(03):45-48.

② 曹月.古筝的主要流派与风格特征[J].东南大学学报(哲学社会科学版),2002(04):84-87.DOI:10.13916/j.cnki.issn1671-511x.2002.04.017.

③ 吴珏.琵琶演奏中的音色分析[J].音乐教育与创作,2022(08):28-31.

④ 练飞.二胡演奏中的音色及技法表现分析[J].艺术评鉴,2023(14):87-92.

⑤ 唐进宝.中胡的艺术特色之解析[J].湘南学院学报,2016,37(03):82-85.

中国知网 https://www.cnki.net

特点”，可在多种乐曲演绎形式中灵活转变。①阮可细分为高阮、小阮、中阮、大阮等，已形成乐器中的“阮族”，其音色浑厚、明亮、柔和。②箫的音色特征集柔和与典雅与一身，不同音区特点鲜明，“低音区发音深沉，中音区音色圆润，高音区则发音紧张。”③

表 2-1 璃月幕后创作集的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
旅人的弦歌——《原神》璃月音乐的幕后	笛子、二胡、古筝、琵琶	再现体：笛子、二胡、古筝、琵琶 指代对象：中国民族乐器 解释项：璃月不同地区的音乐拥有中式传统音乐的特征与色彩	指示符：笛子、二胡、古筝、琵琶与借由它们演奏出的音乐

该集主要介绍了璃月音乐的创作团队、创作理念以及录音环节中采用的新模式等内容，展现了一首首歌曲如何录制、创作团队成员彼此之间如何配合、乐器演奏者怎样理解自己乐器在不同曲目中扮演的角色身份。每个中国民族乐器的出场都会配以一段单独展示环节，鲜明的中国民族音乐风格得以生动地传达。在此过程中，具象化的乐器符号成为了抽象化的中国民族乐器符号的在场指代，借由它们演奏出来的音乐符号也成为了携带着中国民族音乐色彩的非实体化代表。

表 2-2 璃月音乐集合集一的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
【皎月云间之梦 Jade Moon Upon a Sea of Clouds】Disc 1 - 琉璃明月照海平 Glazed Moon Over the Tides丨原神	璃月 Liyue：小提琴、笛子 杯中明月 Moon in One's Cup：古筝、琵琶 商港的闲暇 Relaxation in Liyue：笛子、古筝与琵琶 环佩凭栏望千帆 Maiden's Longing：古筝 璃月的晴空 Clear Sky Over Liyue:钢琴、箫 北国的宝库 Treasury From the Northland：古筝	再现体：璃月 Liyue 指代对象：璃月港的整体背景音乐 解释项：繁荣富庶、人来人往、和谐悠闲的璃月港 再现体：杯中明月 Moon in One's Cup 指代对象：白天时璃月港的背景音乐 解释项：络绎不绝的人流、闲适宜居的璃月港 再现体：商港的闲暇 Relaxation in Liyue 指代对象：璃月港港口的背景音乐 解释项：忙碌过后闲歇下来的璃月商岸 再现体：环佩凭栏望千帆 Maiden's Longing	指示符：每一首音乐曲目指向对应的璃月地区的背景音乐 规约符：每一首音乐曲目独立地展现不同时空下的璃月场景

① 陈敬昱.三弦乐器的结构及声学原理分析[J].中国民族博览,2023(16):109-111.
② 李玥.阮及其发展现状[J].音乐时空,2015(21):90.
③ 乐声.我国的箫[J].中国音乐,1986(02):81-82.

中国知网 https://www.cnki.net

	品茗尝清心(望舒昼间) Cozy Leisure Time (Wangshu Daytime)：古筝、琵琶、阮、三弦 美梦抚归人(望舒夜间) Sojourner's Sweet Dream (Wangshu Night)：中胡、古筝、阮 透迤绿水长 Winding River：二胡、钢琴 源流汇响 Flows of Jade-Like Water：古筝 不复回的传说 Legends Swept Away：二胡 随海风而来 Rhythms From the Conch：古筝	指代对象：云来海部分地区白天的背景音乐 解释项：白日可看到远处来往千帆的闲适恬静的云来海地区 再现体：璃月的晴空 Clear Sky Over Liyue 指代对象：云来海部分地区夜晚的背景音乐 解释项：深夜四周静谧、灯笼高挂的云来海地区 再现体：北国的宝库 Treasury From the Northland 指代对象：北国银行内部的背景音乐 解释项：金碧辉煌、富裕庄重的北国银行 再现体：品茗尝清心(望舒昼间) Cozy Leisure Time (Wangshu Daytime) 指代对象：白天望舒客栈的背景音乐 解释项：闲逸的望舒客栈，来往歇脚的旅人络绎不绝，可口怡人的清茶与菜肴 再现体：美梦抚归人(望舒夜间) Sojourner's Sweet Dream (Wangshu Night) 指代对象：夜晚望舒客栈的背景音乐 解释项：宁静舒适的望舒客栈，住着酣然入睡的旅人 再现体：透迤绿水长 Winding River 指代对象：碧水原部分地区的背景音乐 解释项：四周植被青绿、岩峦起伏、溪水静流的碧水原地区 再现体：源流汇响 Flows of Jade-Like Water 指代对象：碧水原部分地区的背景音乐 解释项：溪水缓缓流淌的碧水原部分地区 再现体：不复回的传说 Legends Swept Away 指代对象：碧水原部分地区的背景音乐 解释项：静默注视着那些别离后无法再见的人与物的碧水原部分地区 再现体：随海风而来 Rhythms From the Conch	

中国知网 https://www.cnki.net

		指代对象：碧水原部分地区的背景音乐 解释项：悠悠海风吹拂碧水原附近的岸边	

该集主要涵盖了璃月城内场景、望舒客栈以及碧水原区域的背景音乐。璃月城内场景多用古筝、笛子营造出人声鼎沸、繁荣富庶的氛围感。望舒客栈的音乐通过不同乐器的温柔联合，塑造日间热闹非凡、晚间宁静舒适的音乐风格。碧水原地区的音乐则大体采用了二胡、古筝，模拟流水潺潺的律动感，渲染碧水原静水流深的音乐美。

表 2-3 璃月音乐集合集二的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
【皎月云间之梦 Jade Moon Upon a Sea of Clouds】Disc 2 - 山巅清心云间月 Shimmering Sea of Clouds and Moonlight | 原神	山风拂萝衣(轻策昼间) Peaceful Hike (Qingce Daytime)：笛子、钢琴 无心出岫 Idle Away From Mountains：二胡 偷闲浮生 Adeptus' Retirement：二胡、钢琴 偶遇归人 A Serendipitous Encounter：钢琴、二胡 虹霞垂天 Rainbow at Summit：钢琴、二胡 仙家独酌 Adeptus' Solace：钢琴、二胡 岩间对饮 Drink With a Hermit：二胡、钢琴 山路青苔 Moss Covered Path：二胡 浮影掠光映百合 Flickering Petals：笛子、古筝 孑立的群岩 Solitude Mountains：笛子 悠远的鸟鸣 Distant Resonance：笛子 沉睡的往昔 Slumbering Lore：箫	再现体：山风拂萝衣(轻策昼间) Peaceful Hike (Qingce Daytime) 指代对象：轻策庄白天的背景音乐 解释项：水车摇动，竹林茂盛的轻策庄以及安居乐业的人民 再现体：无心出岫 Idle Away From Mountains 指代对象：华光林的背景音乐 解释项：云雾遮挡着高耸的峭壁、连延栈桥的华光林，显得神秘又遥远 再现体：偷闲浮生 Adeptus' Retirement 指代对象：庆云顶、奥藏山、琥牢山的背景音乐 解释项：三处皆有仙人出没的地区，个中酝酿着幽远舒缓、不失神秘的疏离感 再现体：偶遇归人 A Serendipitous Encounter 指代对象：庆云顶、奥藏山、琥牢山的背景音乐 解释项：三处皆有仙人出没的地区，渐进强势的旋律似乎有着再遇归人的激动之情 再现体：虹霞垂天 Rainbow at Summit 指代对象：庆云顶、奥藏山、琥牢山的背景音乐 解释项：哀婉凛冽的二胡将彩虹即将消退的无力感传达出来，更为三个地区增添一分悠远与神秘 再现体：仙家独酌 Adeptus' Solace	指示符：每一首音乐曲目指向对应的璃月地区的背景音乐 规约符：每一首音乐曲目独立地对应不同时空下的璃月场景

中国知网 https://www.cnki.net

	失落的愿景 Lost Expectation：箫、钢琴	指代对象：珉林部分地区的背景音乐 解释项：逐渐抬升、悠扬舒缓的曲调刻画着风景优美、光线柔和的珉林区域 再现体：岩间对饮 Drink With a Hermit 指代对象：珉林部分地区的背景音乐 解释项：厚重、间有连续的二胡声表现着拥有着悠久历史、景色优美的珉林区域 再现体：山路青苔 Moss Covered Path 指代对象：琼玑野、珉林部分地区的背景音乐 解释项：绵长、顿挫明显的二胡声似乎是琼玑野、珉林部分地区久久缠绵的青苔 再现体：浮影掠光映百合 Flickering Petals 指代对象：天衡山、璃沙郊部分地区的背景音乐 解释项：遥遥的笛声与劲道的古筝联合，描绘光影浮掠、昏暗变换明显的天衡山、璃沙郊部分地区 再现体：孑立的群岩 Solitude Mountains 指代对象：璃沙郊部分地区的背景音乐 解释项：用悠长的笛声传递璃沙郊山峦之间的空灵感 再现体：悠远的鸟鸣 Distant Resonance 指代对象：璃沙郊部分地区的背景音乐 解释项：用婉转连绵的笛声呈现了璃沙郊山峦之间鸟声袅袅 再现体：沉睡的往昔 Slumbering Lore 指代对象：灵矩关、青墟浦、遁玉陵地区的背景音乐 解释项：循序渐强的箫声渲染了埋藏在灵矩关、青墟浦、遁玉陵的遥远而沉默的过去感 再现体：失落的愿景 Lost Expectation 指代对象：灵矩关、青墟浦、遁玉陵地区的背景音乐 解释项：循序渐强、气声明显的箫声衬托了灵矩关、青墟浦、遁玉陵逝去的过往	

中国知网 https://www.cnki.net

该集主要辐射了璃月郊外场景，涵盖了轻策庄、华光林、庆云顶等多个区域。在同一个区域中，根据玩家身处位置、游戏时间的不同，对应的曲目并不相同。在营造空灵感的手法上，创作团队多选用了笛子、箫一类的乐器，活用其通透的音色。在呈现山峦起伏、形塑厚重历史感时，中式乐器的二胡、箫与西式乐器的钢琴统合形成合力。

表 2-4 璃月音乐集合集三的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
【皎月云间之梦 Jade Moon Upon a Sea of Clouds】Disc 3 - 璃月鏖战录 Battles of Liyue丨原神	疾如猛火 Rapid as Wildfires：笛子、古筝、琵琶 激流逐浪 Chasing the Torrents：笛子、古筝、琵琶 鲜衣游侠 Gallant Challenge：笛子、古筝、琵琶	再现体：疾如猛火 Rapid as Wildfires 指代对象：璃月野外与敌对生物战斗的背景音乐 解释项：急促的笛子、古筝，频繁往来的琵琶将野外遇险的危机感烘托出来 再现体：激流逐浪 Chasing the Torrents 指代对象：璃月野外与敌对生物战斗的背景音乐 解释项：急促的笛子、渐强的古筝、轻灵跳跃的琵琶将野外战斗过程中的壮阔感衬托出来 再现体：激流逐浪 Chasing the Torrents 指代对象：璃月野外与敌对生物战斗的背景音乐 解释项：急进的笛子、强烈击打的古筝辅以频频拨弹的琵琶传递野外战斗过程中的急促、潇洒的氛围感	指示符：每一首音乐曲目指向对应的璃月地区的背景音乐 规约符：每一首音乐曲目独立地对应不同时空下的璃月场景

该集是三集中最短的一集，只收录了在璃月地区战斗时的背景音乐。三首不同曲目使用的是同一批乐器，创作团队通过差异化的编曲安排，呈现了主题相同、细节不一的音乐符号。

本节最开始时简要介绍了各民族乐器的部分特征，已然能看出民族乐器文化之深厚与灿烂。许多民族乐器都具有音域宽广的特点，这为作曲家编曲提供了可操作空间，更让演奏家演奏不同场景所要传达的“差异感”成为可能。

在不同的音乐曲目中，西洋乐器与民族乐器相互配合，既令二者作为实践意义上的工具，也成为符号意义上的“工具”。钢琴、小提琴等西洋乐器与二胡、琵琶、古筝等民族乐器在不同的音乐场景中分工明确、各司其职，体现了中西音乐风格的和谐交融。在此基础上，音乐家们借由编曲安排，使用了大量的中式民族乐器，生产出带有中式韵味的音乐。

中国知网 https://www.cnki.net



图 2-1 璃月音乐集与璃月创作幕后集截图

游戏设计师们为了使得玩家在探索过程中保持“新鲜感”和“场景感”，背景音乐的变化成为了重要的“分割符”。演奏家们或延长乐器的弹奏时间，营造悠扬缠绵的既视感；或加快乐器的演奏频率，塑造紧张激烈的氛围；或强化乐器的演奏击打量，描绘庄严肃穆的恢弘感，这些音乐符号得以获得独特的“个性”，或轻盈灵动、或恢弘壮阔、或悠扬连绵、或哀婉戚戚。这些音乐携带者独特的“个性”与地图设计形成组合拳，加强了玩家在游戏当中的沉浸感、游戏世界的真实感。官方将璃月的所有背景音乐提炼整合至三张 OST，以宣传视频的形式将其从游戏中“剥离”出来，使得玩家能够在非游戏场景下，“消费”相应的音乐符号。

综上，音乐符号必然是玩家游玩体验中不可或缺的重要组成部分，体现为贴合不同场景、各有特色的背景音乐。在宣传视频矩阵一端，创作者们通过收录璃月地区的所有背景音乐合并为集，实现了将音乐符号抽离出“游戏”，转换成游戏以外的、用户可随手点击开来享用的听觉盛宴。

2.2 视觉符号

视觉符号是宣传视频中国文化符号传播的重镇，对于创作者而言，宣传视频的展演内容必然需要满足其视觉审美的需求，在不同类型的宣传视频中，它们所要着重描绘和表达的视觉主题、内容并不完全相同，因此本节根据景观、美食、器物、动作、服饰五种符号类型，将景区联动集、璃月食集、幕后创作集、人物演示集依次纳入研究范围，分析上述宣传视频合集中蕴藏的中国文化符号。

中国知网 https://www.cnki.net

2.2.1 景观符号：圆润自洽的中式美

中国优美丰富的名山大川为游戏创作者们提供了许多设计思路与灵感，设计师们将极具中国特色的地域景观融入到游戏场景中，景观符号的呈现集中在景区联动集以及特殊动画集中的风物集短片——璃月篇。在生态学学科中，景观的定义有狭义与广义之分，“狭义景观是指几十公里至几百公里范围内，由不同生态系统类型所组成的异质性地理单元，而反应气候、地理、生物、经济、社会和文化综合特征的景观复合体称为区域。狭义景观和区域可统称为宏观景观。广义景观则指出现在从微观到宏观不同尺度上的具有异质性或缀块性的空间单元。”①引入生态学的视角是为了更好地剖析景区联动集中出现的文化符号以及所蕴含的整体性解释项。

正如部分研究者指出：“将优秀的传统文化与丰富的自然、人文景观融入开放世界游戏的规划设计，有助于提升游戏的临场感和体验感，增强玩家的参与度与沉浸感。”②这也是游戏设计师在游戏系统内通过地图生态设计所意图达到的效果，在游戏系统外如何传达自己的设计思路有赖于宣传视频的传播。宣传视频除了发挥着传播游戏中自然人文生态创作理念的作用，还肩负着传递公司“中式美”理解的宣传任务。

表 2-5 景区联动集的符号分析

<table>
<tr><th>视频名称</th><th>视频主要展现符号</th><th>皮尔斯符号学
三要素分析</th><th>皮尔斯符号学
体系三分法</th></tr>
<tr><td>「从驻足到远行」景区联动纪录片-黄龙篇丨原神</td><td>渌华池、钙华瀑布、却砂树、胡杨、槐松、银杏、松鼠、蓝翎鹭、红角蜥</td><td rowspan="3">游戏地貌：
再现体 1：渌华池
再现体 2：荻花洲
再现体 3：绝云间
再现体 4：天衡山

游戏建筑：
再现体 5：望舒客栈
再现体 6：璃月港

游戏植被：
再现体7：却砂树、萃华树、芦苇荡

游戏动物：
再现体 8：松鼠、蓝翎鹭、红角蜥

自然地貌
指代对象 1：钙华瀑布
指代对象 2：桂林山水</td><td rowspan="3">像似符：游戏内的自然地貌、人工建筑、动植物与现实内的自然地貌、人工建筑、动植物相呼应

指示符：融合了美术设计团队风格化呈现的、沾染上中国文化色彩的游戏地区自然地貌、人工建筑、动植物。这部分“特殊”景观专门指向璃月这个国家</td></tr>
<tr><td>「从驻足到远行」景区联动纪录片-桂林篇丨原神</td><td>荻花洲、望舒客栈、璃月港、萃华树、桂林山水、芦苇荡、龙门客栈</td></tr>
<tr><td>「从驻足到远行」景区联动纪录片-张家界篇丨原神</td><td>绝云间、张家界
天衡山、天门山</td></tr>
</table>

① 邬建国．景观生态学——概念与理论［J］．生态学杂志，2000，(01)：42-52．DOI:10.13292/j.1000-4890.2000.0008．

② 张妍,李金昊,赵宇翔.文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析[J].图书情报知识,2021,38(05):107-118.DOI:10.13366/j.dik.2021.05.107.

中国知网 https://www.cnki.net

		指代对象 3：张家界 指代对象 4：天门山 人工建筑： 指代对象 5：凤凰古城吊脚楼、悬空寺、龙门客栈等建筑 指代对象 6：凤凰古城和悬空寺等建筑 自然植被： 指代对象 7：胡杨、槐松、银杏、芦苇荡 自然动物： 指代对象 8：松鼠、鹤、蜥蜴 解释项：奇幻世界观下的中国式主题创作，要做到自然生态与人文面貌圆润且自恰，同时还要创造出一个富有冒险感、奇幻感，满足探索欲，有高度沉浸感的国家。	

宣传视频中出现的景观符号包括自然地貌、人工建筑、植被、动物等符号，单论某个符号的解释项指向是复杂且多变的，例如宣传视频中出现的却砂树（游戏中的名称）既有胡杨的特点，也有槐松的特征，单拧出胡杨、槐松这两个指代对象的意蕴去作为解释项皆有所偏颇，因为从设计维度层面上看，却砂树是多种树木特征的裁剪与组合所形成的复合型符号。在风物集——璃月篇（该集展示的许多场景与景区联动集中提及的场景重合，故不复写）中采用了动画演示取代了游戏内场景实录的形式，以另一种风格表达形式展现了其他诸如“渌华池”“璃月港”“望舒客栈”等等自然风貌、人工建筑以及其中蕴含的人文场景（璃月港居民赏灯、吃食、游玩等），不同的局部有明确的单个设计原型，但更多的是由大量中国文化符号裁剪、组合而成的“集群”。

设计师在宣传视频中表示：“越‘自然’的东西其实就越难做到‘自然’，同时我们在奇幻感的包装上控制这个奇幻的‘度’也非常有挑战。”设计理念中提及的“奇幻度”反映了设计师把握现实客观世界的“实在”与游戏设计世界的“自在”之间存在的“差异尺度”。即便如同“松鼠”、这类人们熟悉的动物个体呈现上，宣传视频中的它们也只能是现实世界的“异化版”，既要保持现实客观世界的“形”，又要传达出游戏设计世界的“意”。在表达中式“意境”上，桂林篇中的设计师们明确提及漫遍荻花洲的芦苇荡和电影场景中的龙门客栈对望舒客栈的参考意义，灵动萧瑟的芦苇荡、浮游水上的扁舟、侠气荡然的龙门客栈，此刻成为了中式美的代指，深究其意境美，或许说是群体审美的记忆与再现。

中国知网 https://www.cnki.net

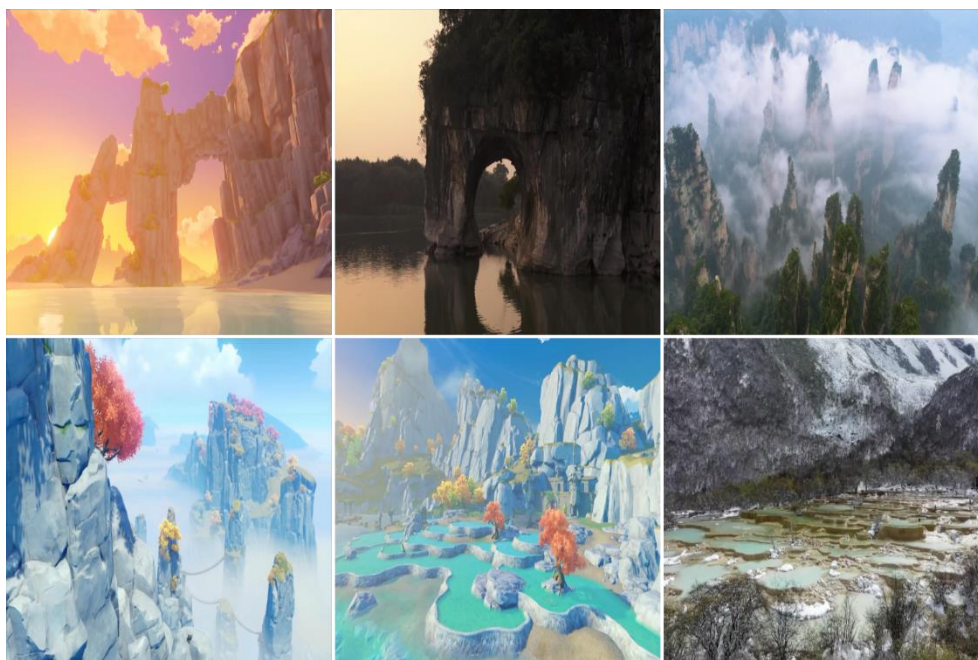


图 2-2 景区联动集

这般设计理念反馈到生态设计中，为原本展现“区域”特点的景观如“渌华池”“荻花洲”烙下更多整体性“区域”特征的印记，桂林山水里的细微角落均有成为宣传视频景观符号展现的可能，他们或许并不是某座唤得出名字的山、某片存在名字的湖，它们表现为桂林山水在景观符号塑造过程中的深刻影响。因而在针对景观符号的解释项中，本研究认为不应该纠结在某一个单独的符号进行诠释，而应该以一种整体性的视角去解读，正如设计师在视频中提及，“开放世界游戏的真实感源于它遵循自洽的法则，具有完整的生态闭环，形成一个自运转的小世界。”

2.2.2 美食符号：八珍玉食的中式美

源远流长的中国文化历史孕育了精美细致的美食文化，美食文化作为一种嵌入生活场景的文化基因，深远地影响了所有在这片土地上生活的人们。由于饮食文化在每个文明中皆具有举足轻重的地位，同时又是不同文明之间同样需要面对的永恒主题，在对外宣传中较为容易收获超越文化隔阂、种族差异的掌声。

本次研究对象中，美食符号主要集中于“璃月食集”栏目，该栏目仍在持续更新，栏目宗旨是借助宣传视频的形式，将游戏中具有显著参考原型的“游戏食物”于现实中“复现”。

中国知网 https://www.cnki.net

表 2-6 璃月食集的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第一期	文火慢炖腌笃鲜	再现体：文火慢炖腌笃鲜 指代对象：江浙沪名菜腌笃鲜 解释项：咸鲜可口的腌笃鲜作为江浙沪地区的传统菜肴有着家庭团聚、幸福圆满的寓意	像似符： 文火慢炖腌笃鲜与腌笃鲜、 金丝虾球与湘菜金丝虾球、 辣肉窝窝头与炒腊肉与窝窝头的融合菜、 莲花酥与苏州莲花酥、杏仁豆腐与杏仁豆腐 规约符：文火慢炖腌笃鲜、金丝虾球、辣肉窝窝头、莲花酥、杏仁豆腐此时均指向璃月菜系
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第二期	金丝虾球	再现体：金丝虾球 指代对象：湘菜金丝虾球 解释项：传统湘菜的金丝虾球色泽金黄、薯香怡人，寓意祝福食客吉祥平安、腰缠万贯	
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第三期	辣肉窝窝头	再现体：辣肉窝窝头 指代对象：炒腊肉与窝窝头的融合菜 解释项：麻辣鲜香的辣肉配合松软的窝窝头能将旅途的疲累一扫而空，饱含中国人的智慧、对食客的祝福	
《原神》寻味之旅——「璃月食集」第四期	莲花酥、杏仁豆腐	再现体：莲花酥、杏仁豆腐 指代对象：苏州莲花酥、杏仁豆腐 解释项：酥软可口的莲花酥属苏州菜系，甜香嫩滑的杏仁豆腐属于传统菜系大类，不分属某个单独的菜系，各菜系皆有对应的做法。上述两者都是甜点类，二者往往代表着幸福甜蜜	



图 2-3 璃月食集

有研究者指出，人们并非意图通过美食类短视频学会一道菜肴的做法，而是通过“消费”视频来获得一种对美好生活的满足感与享乐感。①更有学者认为，

① 黄莉莉.消费文化语境下美食类短视频的符号意义建构——以“李子柒”为例[J].新媒体研究,2019,5(07): 117-119.DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2019.07.046.

中国知网 https://www.cnki.net

以李子柒为例的短视频展现了“新古典主义审美范式与东方精神的饮食文化满足了不同国家受众对中国‘田园美食’的想象”①由此可见人们在心灵层面，完成了对美食符号的想象消费。

官方推出的“璃月食集”紧抓住上述的“想象消费”的需求。从视频传播的符号呈现角度分析，宣传视频所“复现”的传统美食符号具备广泛性与融合性两个特征。广泛性体现在美食符号的地域广泛性，它并没有固定在某个菜系中，而是遍采各菜系所美。视频复现的游戏道具基本已有现实原型，既有莲花酥、杏仁豆腐一类精美讨喜的甜品，也有腌笃鲜、金丝虾球一类制作繁琐的菜品，复现佳肴时只需专注于按照原型工序准确进行即可；融合性则体现在复现菜肴的过程中，尽可能贴近游戏道具中的模样，添加各种小细节（诸如面团颜色、菜肴摆盘与装点形式等）使到美食符号融合了“客观现实”菜品原型与“虚拟世界”道具样式，保留菜品现实性的同时突出强调了“奇幻感”。从视频传播的受众符号消费角度分析，中国饮食文化历史悠久，不同菜系以及烹饪技法的发展已臻完善，对后来者而言是取之不尽、用之不竭的灵感源泉，另一方面这部分也是海外受众较难接触、消费的符号集合，加之不同的美食符号背后蕴藏的寓意自然成为了可供视觉、听觉良好传达的解释项，受众经由观看行为“消费”意蕴深刻的美食符号完成了对璃月乃至中国饮食文化的“想象建构”。

2.2.3 器物符号：精致非凡的中式美

在宣传视频矩阵中，存在一个名为Journey of Art and Heritage的特殊合集，国内将其翻译为“流光拾遗之旅”，目前处于持续更新的状态。该合集的宣传视频与非物质文化遗产（后简称非遗文化）紧密相关，制作者们以期通过宣传视频的方式，探索非遗文化与璃月故事、场景等内容结合呈现的可能。非遗文化与游戏中的璃月内容相接，最终表现为一件件富有中国文化特色、精美非凡的器物符号。

表 2-7 璃月器物的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
《原神》「流光拾遗之旅」——仙闻篇·内画	内画	再现体：刻有璃月地区场景、仙人形象的内画 指代对象：中国非物质文化遗产内画	指示符：刻有璃月地区场景、仙人形象的内画此时指向的就是璃月本身承载的场景与人物

① 刘朝霞.第四消费时代的现代性反叛与田园想象——以李子柒海外走红为案例的分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42 (09): 60-67.

中国知网 https://www.cnki.net

		解释项：融合了中国非遗文化内画表现形式的特殊工艺品，展现了《原神》部分优美的地区场景	
《原神》「流光拾遗之旅」——仙闻篇·木版年画	木版年画	再现体：刻有璃月五夜叉的木版年画 指代对象：中国非物质文化遗产木版年画 解释项：融合了中国非遗文化木版年画表现形式的特殊工艺品，表达了守护苍生的护法夜叉的主题	指示符：刻有璃月五夜叉的木版年画此刻指向璃月中守护苍生的护法夜叉

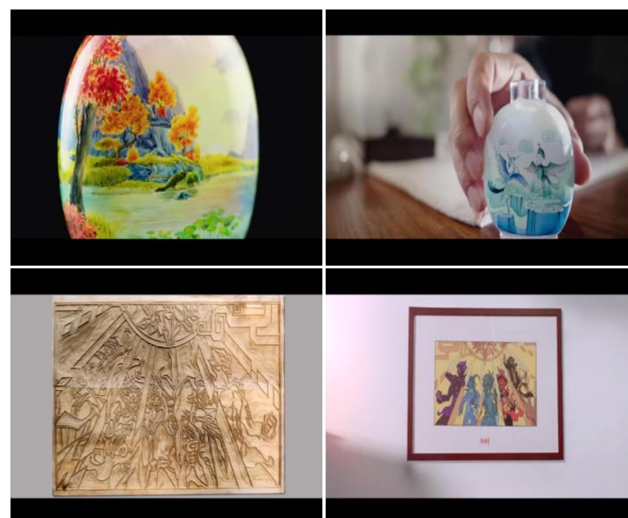


图 2-4 内画与木版年画

内画是一种使用了特制的勾笔在透明或者半透明的容器内壁作画的器物，出现于乾隆末年、嘉庆年间，国家文化部认定的“中国内画之乡”是河北衡水。木版年画则更是中国传承多年的民间艺术形式，在清代中晚期达到鼎盛，年画作为器物，不仅扮演节日装饰物的角色，还承担着一定的文化、艺术价值。二者作为流传至今的非物质文化遗产，不仅仅在实体层面具有精美的装饰性，还在文化层面具有相当重要的价值，传递着独特的中国式审美取向。

为了较为完整地传达非遗文化符号，宣传视频制作者们采取相对固定的模式进行拍摄。在内画的宣传视频中，制作者们首先跟随非遗文化传承人的讲述为受众科普内画的起源、发展以及内画制作过程中的绘画技法（如勾、皴、擦、点、染、丝）和绘画流程，比较完整地交代了一幅内画的绘制流程。随后，非遗文化传承人手工制作了璃月三个地区场景和三位仙人的内画，场景分别是绝云间、琥牢山、奥藏山，仙人分别是削月筑阳真君、璃水叠山真君和留云借风真君，中间穿插了非遗文化传承人学习该门手艺的故事和目前内画手艺人专注的传统文化相关题材，视频结尾处回扣“守护非遗”的主题。木版年画大致沿用类似的创作思路，宣传视频跟随非遗文化传承人的镜头磨利了年画制作过程中所需要使用的刀具，之后陈述了年画制作工序（朽稿画样、雕刻木板、手工

中国知网 https://www.cnki.net

套印），随后讲明本次刻有五夜叉的木版年画在雕刻木板工序进程中的难点以及聚焦手艺人在此过程中通过刀具流畅、有力地表现出草稿的神韵与灵动。在使用色版添加色彩的步骤前，穿插了手艺人学习、传承年画的故事。多次添色成版后，制作组还增添讲述了杨家埠先人们用年画寄托向往美好生活的传统。先人们的门神年画常有负责看家护院的神荼、郁垒两位神人坐镇，这与璃月五夜叉跟随帝君守护璃月的“使命”存在交集，宣传视频最后亦同样落脚在“守护非遗”的主题之上。籍由较为系统地介绍非遗文化器物的过程，制作者们正在开拓融合游戏内容与非遗文化合作的边界。上述见证二者“生产”的过程不仅仅是现实意义层面的实物生产，更借由宣传视频对历史文化、工艺技巧、传承人等多方面的介绍形成了其抽象意义上的符号生产，因为人的参与、利用器物诠释特定内容，使得器物承载了相应的意义指向。

如果说此前大多数中国文化符号嵌入是“内生式”的，即通过收集、改编、整合的步骤实现中国文化符号元素融入到游戏角色等商业产品，那么有关非遗文化的宣传视频则明显是“外嵌式”的，即游戏制作团队主动寻求商业内容与文化内容的“联姻”。在提倡守护非遗文化的大前提下，官方试图摸索一条兼具商业、文化价值的产品线（因为官方会不定期推出周边产品，如手办、挂饰等）。

2.2.4 动作符号：飘逸灵动的中式美

动作符号是视觉符号的重要组成部分，深入到游戏，它是撇除听觉符号以外的、能够直接吸引受众视线的强大力量之一，再细化而言，游戏中的动作符号往往跟游戏角色挂钩，因而本文在分析时将着重于人物演示集。

作为链接玩家与游戏世界的桥梁——游戏角色，它是吸引玩家进入游戏世界互动的重要动因，游戏角色的动作设计亦是角色设计中极为关键的一环，它既需要符合角色的性格特征、角色身份等各方要素，也需要满足其游戏角色世界观下的物理运动法则，动作符号呈现效果的好坏直接关系着相应游戏角色在游戏世界中的“表演效果”。下面将从动态的视频演示集中捕捉部分极具代表性的中国式动作符号身影，涉及到的宣传视频角色有胡桃、云堇、申鹤、七七、白术。

表 2-8 胡桃、申鹤、七七的动作符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
角色演示-「胡桃：生人勿近」丨原神	胡桃收枪所结手印 胡桃祭拜时所结手印	再现体：胡桃收枪所结手印 指代对象：道教的往生印 解释项：刻画保佑死去之人平安转生的往生堂掌门形象	像似符：胡桃收枪所结手印与往生印，胡桃祭拜时所结手印与合掌印

中国知网 https://www.cnki.net

		再现体：胡桃祭拜时所结手印 指代对象：佛教的合掌印 解释项：展现合十法界于一心，化我于谦卑，恭送逝去之人的往生堂掌门形象	
《原神》角色演示-「申鹤：闻鹤于野」	申鹤收枪所结手印	再现体：申鹤收枪所结手印 指代对象：道教的剑指印 解释项：描绘运用符箓力量辟邪驱魔的驱魔人申鹤形象	像似符：申鹤收枪所结手印与剑指印
全新角色演示 -《七七：冰冷复活》|原神	七七释放招式时所结手印	再现体：七七释放招式时所结手印 指代对象：道教的剑指印 解释项：刻画双手各成剑指印敕动强力道法，降魔驱妖的仙人七七形象	像似符：七七释放招式时所结手印与剑指印



图 2-5 胡桃、申鹤、七七的特殊动作图

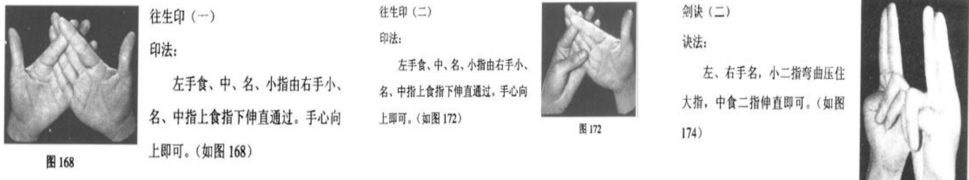


图 168

往生印（一）

印法：

左手食、中、名、小指由右手小、名、中指上食指下伸直通过。手心向上即可。（如图 168）

往生印（二）

印法：

左手食、中、名、小指由右手小、名、中指上食指下伸直通过。手心向上即可。（如图 172）

图 172

剑诀（二）

诀法：

左、右手名，小二指弯曲压住大指，中食二指伸直即可。（如图 174）

图 2-6 往生印与剑诀图

将上述三个角色归类在一个表格中进行阐述的原因在于他们的动作设计中有着显著的“宗教手印”元素。无论是佛教，还是道教，手印在宗教体系中所承担的功能极其复杂，不同宗教体系下的手印在使用场合、表现形式、意义内涵等方面存在巨大区别，熟悉本宗教体系下的手印能够达到不开口交流的情况

中国知网 https://www.cnki.net

下了解对方所要传达的意思。另外，宗教手印因可视性、意义定型性，往往结合佛像、画作、书籍等可视载体持续传承。胡桃收枪所结的手印能在道教手印中找到原型——往生印，使用场景一般为祭祀场合，带有保佑逝者顺利转生的意味。①胡桃祭拜火堆时的合掌印在佛教语境下往往代表着提醒结印者保持自谦、恭敬的态度。申鹤收枪所结手印则是道教中的剑诀，剑诀一般用作驱动符箓或法术的准备动作。②七七在释放招式时所结手印是双手剑诀交叉，表明其准备驱动眼前符箓释放强力招式。这些具有显著宗教意涵的手印成为了动作符号的一大类参考，人物在运作此类动作符号时自然也就沾染上符号所联系的宗教性。

表 2-9 白术、云堇的动作符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学三要素分析	皮尔斯符号学体系三分法
《原神》角色演示-「白术：治则求本」	白术攻击模组	再现体：白术攻击模组 指代对象：融合中国医术与武术的点穴手 解释项：以融合中国医术与武术特色的点穴手应对敌方，强调了白术的医者身份	像似符：白术的攻击模组与融合中医、武术文化的点穴手
《原神》角色演示-「云堇：虹章书真意」	云堇攻击、待机模组	再现体：云堇攻击模组与待机模组 指代对象：改编京剧动作“单刀、双刀亮相”、“舞花枪”、“云手”；融合了古典舞和武术特征的“旋子”； 解释项：将戏剧动作融入到击退坏人的攻击动作，强调了云堇作为“璃月剧”戏曲名角的身份	像似符：云堇攻击、待机模组与部分融合京剧、古典舞的动作



图 2-7 白术的点穴与云堇亮相、旋子图



图 2-8 京剧亮相与旋子图

① 任宗权.道教手印研究[M].北京：宗教文化出版社，2002，165-167.
② 任宗权.道教手印研究[M].北京：宗教文化出版社，2002，168.

中国知网 https://www.cnki.net

白术与云堇的动作符号与其社会职业身份联系紧密。在具象化呈现白术的攻击模组时，动作设计师们吸取、融合了中医文化和武术文化点穴的双重特征，在点穴攻击敌方身体部位后，白术选择了用手掌推开敌方，形成有力的打击展现效果。云堇的攻击、待机模组更是值得玩味，动作设计师在幕后创作集中提到云堇的动作设计理念，她的一整套攻击模组将被视作一次完整的“演出”，普通攻击模组表现在一开始的“云手”到攻击中段转动枪形成圆圈到动作收尾的“亮相”；释放元素战技时，单脚用力使身体腾空飞旋，落地单脚稳住又以一个“亮相”收尾；释放元素爆发时，云堇挺直腰板，直接作“亮相”动作。待机动作是一段改编的“舞花枪”（云堇在转枪结束后会以踢“毽子”的形式将枪踢高再接回，传统戏剧的舞花枪通常为双人式表演，一人踢枪一人接枪）。

通过上述的动作符号解析，不难发现动作符号的特点与角色的设定存在密切联系，正是他们的社会身份、性别特征等要素共同决定了其行为逻辑、展演风格，进而缩小了其动作符号的可塑范围。

2.2.5 服饰符号：融贯古今的中式美

服饰能够反映一个文明的生产力、科学技术水平乃至社会文化、审美趣味的发展与变化。在宣传视频矩阵中，服饰符号主要集中于人物演示集。从商业角度考量，《原神》这款游戏的收益很大程度上取决于玩家抽取游戏角色所作出的消费行为，游戏角色实际上难以脱离商业产品的属性。影响玩家付费抽取意愿的因素十分繁杂，仅从视觉吸引力的角度出发，服饰符号是“视觉符号”中极其重要的组成，玩家对这名角色“看上眼”以后才会自发深入到游戏中体验对应的人设、剧情，才有机会深化玩家对角色的好感度与认同感。服饰符号理应建立起不同国家之间角色、乃至同一国家不同社会身份角色的“差异化”藩篱。

鉴于不同角色人物设定导致的社会联系紧密程度不同，本节依据设定关系亲疏把不同的角色联系起来，分析时按照纹样、发型、上身、下身（如若上下衣身同体情况明显则用“整身”代替）的顺序进行（如有难以归入的中国文化符号则额外另列），假如上述四点中的某点缺乏中国文化符号将略过不写。[①]

[①] 注释：下文的古代、现代服饰原型主要参考了刘瑜所著、上海人民美术出版社的《中国旗袍文化史》，廖君、徐星所著、上海文化出版社的《中国服饰百年》以及马大勇编著、重庆大学出版社的《霓衣蝉带：中国女子的古典衣裙》。纹样原型主要参考来自古月编著、东方出版社出版的《中国传统纹样》。由于服饰涉及跨度较大、重复性较高，反复引用多显累赘，故在参考文献处列出参看页码范围。

中国知网 https://www.cnki.net



图 2-9 常见于角色身上的纹样图

（第一排从左到右：方胜纹、卐字纹、如意纹；

第二排从左到右：卷草纹、回纹、云纹）

2.2.5.1 璃月七星及其手下

表 2-10 璃月七星及其手下人物的服饰符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
全新角色演示-「刻晴：玉衡七星」丨原神	纹样：改制云纹位于衣服前襟、右侧、背部；背部飘带、腿部袜子处有孔雀翎羽纹 发型：双螺髻 整身：衣服整体是无袖连衣裙；右侧孔雀翎羽纹从胸口延展至下裙，右侧腰部有鸢尾花式的中国结；左侧腰部有两道盘扣；双肩各有金色鸢尾花花徽，手臂部位有紫色蝴蝶结束紧形成中式荷叶袖套	再现体：刻晴的整体服饰符号 指代对象：身为璃月七星的刻晴 解释项：紫青色为主调，优雅荣华的整体服饰符号，传达了刻晴处事典雅，为人端庄的性格特征，华丽繁复的孔雀羽、鸢尾花纹突出刻晴身为璃月七星的重要位置	像似符：刻晴的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的各处服饰符号原型 指示符：刻晴的整体服饰符号指代刻晴本人
角色演示-「甘雨：梦里韶光」丨原神	纹样：改制卷草纹体现在短式旗袍前身处；改制祥云纹与如意纹融合黑色蝴蝶结展现在脖子后，祥云纹出现于身后的裙摆处 整身：整体融合立领圆肩无袖旗袍和连体衣的元素；颈部挂有金色铃铛；手部带有莲花状的袖套；中国结挂于腰间与脚踝	再现体：甘雨的整体服饰符号 指代对象：身为璃月七星秘书的甘雨 解释项：瓷器蓝为主色，辅以白、金、黑三色，飘逸灵动、落落大方的整体服饰符号，展露了甘雨天真无垢的性格特征，头顶的鹿角、裙摆的祥云纹暗示了她作为麒麟血脉的身份	像似符：甘雨的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：甘雨的整体服饰符号指代甘雨本人

中国知网 https://www.cnki.net

《原神》角色演示-「夜兰：晦雨幽客行」	纹样：改制的如意纹出现在胸衣、裙摆、双腿两侧处；菱形纹更是遍布前襟、腰腹镂空处等 整身：整体融合无袖旗袍与皮质裤靴元素，上半身主要为无袖旗袍的镂空改制版，脖子处挂有蓝色宝石与骰子，外披毛绒外套，外套上的袖子有类似盘扣的白色横扣	再现体：夜兰的整体服饰符号 指代对象：身为总务司负责人的夜兰 解释项：黑、蓝色为主基调，奔放夸张的整体服饰符号，展现了夜兰神秘莫测、冷艳警觉的性格特征，突出其作为特务机关负责人的个人形象	像似符：夜兰的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：夜兰的整体服饰符号指代夜兰本人

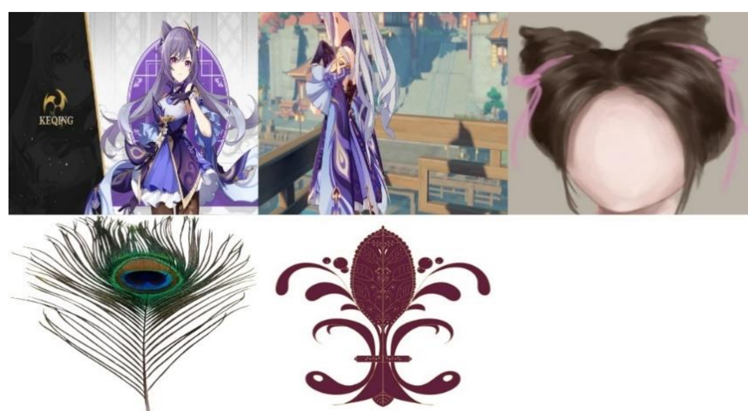


图 2-10 刻晴正背面、双螺髻，孔雀翎、鸢尾花纹图（从左到右）

刻晴的发型形似双螺髻，双螺髻在中国古代常用于少女身上，符合刻晴年纪尚轻的特征，改制的云纹、孔雀翎纹、鸢尾花纹遍布衣服不同位置，兼有雍容华贵与飘逸感，又因紫色为刻晴服装的主色调，紫色在中国古代有着“尊贵”的意涵，更映衬其身居要职、行事雷厉风行的人物形象。

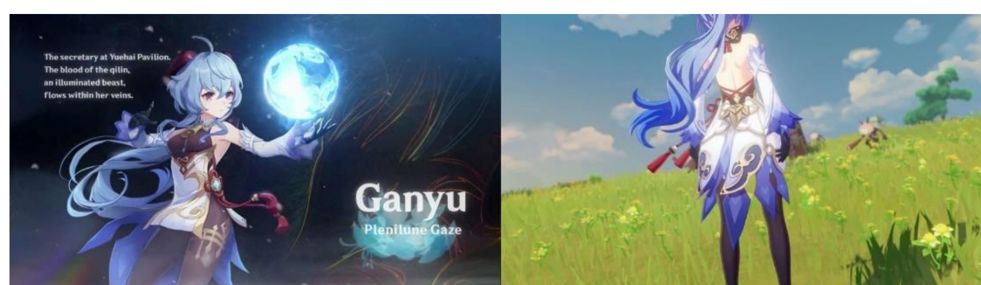


图 2-11 甘雨正背面图

甘雨的服饰设计十分大胆，将传统旗袍“衣长及膝”的特征去除，留至膝盖以上形成飘逸的模样，旗袍原本两侧的开衩仅限于腿部一小部分，甘雨的腋下也有大面积的镂空，结合了连体衣的形式。其整体设计上带有瑞兽麒麟的特征，宣传视频有一幕左侧为甘雨、右侧为酣睡的麒麟，头上有角，改制旗袍的前襟、后裙摆、以及颈后的蝴蝶结上，各处有象征着吉祥如意、自由飘逸的如

中国知网 https://www.cnki.net

意纹、云纹、卷草纹，结合麒麟在古代传说脚踏祥云、现身时带来祥瑞的意象。甘雨的服饰符号既保证了外形的“形似”，又保有意蕴的“神似”。她同时作为多代璃月七星的秘书，积极入世辅佐人类，见证着璃月由“神治”转向“人治”的历程。



图 2-12 夜兰正背面图

夜兰的服饰甚为大胆，将传统立领无袖旗袍前胸处破开，留有寓意称心如意的如意纹样，与甘雨近似的是腋下两侧镂空，肩部披有毛绒的披肩平衡过于表现薄弱的上半身，将原本的旗袍下身替换为皮质裤靴，皮质裤靴两侧镂空且成改制的如意纹。结合宣传视频的夜兰二字嵌入到形似霓虹灯的圆形中，夜兰的身份以及个性显得十分迷幻与摩登，设计师们或许吸收了上海滩时期百乐门等夜总会元素，彼时的上海女子存在旗袍带披肩的穿法。加之夜兰带有总务司情报机构负责人的身份，设计师们将曾经上海滩时期书写多次的“间谍”意象糅合到夜兰的服饰符号，将其塑造为时刻处于危险边缘的情报工作者形象，辅以服装蓝黑色的主调更让夜兰融入到冰冷与谜团之中。

2.2.5.2 璃月仙人及其弟子

表 2-11 璃月仙人及其弟子的服饰符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
角色演示-「魈：历劫祓恶」丨原神	纹样：云纹的变形，在腰部、袖摆、蔽膝、大腿腿环均有体现；右臂纹有仙兽，形似刺青 上身：降魔杵、佛珠挂于脖子处；左肩膀臂甲形似玉佩，间有獠牙；左袖袖摆处挂着环形玉佩；左腰间挂有小香炉、右腰间挂有傩面 下身：下身结合了蔽膝、袴的特征，蔽膝做成了飘布的样式，袴与靴联合包裹腿、脚处	再现体：魈的整体服饰符号 指代对象：身为护法夜叉的魈 解释项：青绿、白色为主基调，飘逸轻盈的整体服饰符号，展示了魈作为护法夜叉行动迅捷、飘忽不定的性格特征，腰部的傩面、胸前的佛珠与降魔杵暗示了他一直深受过去孽障困扰的心境	像似符：魈的整体服饰符号与蕴含中国文化特色的服饰符号原型 指示符：魈的整体服饰符号指代魈本人

中国知网 https://www.cnki.net

《原神》角色演示-「申鹤：闻鹤于野」	纹样：云纹、卷草纹的改制纹样遍布在前襟、袖肩 整身：上身是无袖立领旗袍与连体衣的结合，前襟弯曲处有三道盘扣；长发由红绳蝴蝶结固定；胸前、腰前有红色流苏 红绳：短红绳以红色万字结的形式出现在耳饰、腰部、两肋；长红绳从后颈缠绕到身体两侧，最终交叉于背部，形似襻膊	再现体：申鹤的整体服饰符号 指代对象：身为仙家弟子的申鹤 解释项：黑白色为主轴，辅以红色的整体服饰符号，体现了申鹤命格孤煞、情感淡漠，需要以红绳束缚其嗜血冲动的特征，进一步深化了她作为仙家子弟的神秘莫测	像似符：申鹤的整体服饰符号与蕴含中国文化特色的服饰符号原型 指示符：申鹤的整体服饰符号指代申鹤本人
《原神》角色演示-「瑶瑶：仙桂莹澈」	纹样：木樨花纹（又名桂花纹）遍布头饰、裙摆、口袋、香囊 发型：融合飞天髻、麻花辫 整身：上身外套是马甲，外套右边有三个八字盘扣，盘口下方挂有香囊；身后背有竹篓，竹篓里有月桂与萝卜，侧边挂有中国结；下身的鞋子是朝靴与皮鞋的融合，改朝靴上半部分为绒毛，将朝靴底部改为平底贴合小皮鞋形状	再现体：瑶瑶的整体服饰符号 指代对象：身为仙家弟子的瑶瑶 解释项：草绿色为主色调，遍布发夹、香囊等部位的桂花符号，展现着瑶瑶天真浪漫、可爱活泼的性格特征，小巧神奇的月桂、大大的铃铛暗含着仙人们对瑶瑶的偏爱	像似符：瑶瑶的整体服饰符号与蕴含中国文化特色的服饰符号原型 指示符：瑶瑶的整体服饰符号指代刻晴本人
《原神》全新角色演示-「烟绯：百法通明」	纹样：改制云纹体现在裙摆处 整身：獬豸冠的改制，融合了学士帽所带的流苏；上半身整体为腰襦的改制，前胸处扣有如意扣；下半身糅合裙与袴的特征，裙与袴皆缩短为短裙、短裤，短裙直接拆分为前后两片，短裤则打底；鞋子保留、改制朝靴与翘头履的各自特征 圆形方孔钱：遍布上身领扣、帽子左右、腰间的盒子处 法杖：改制的杆秤，秤头、尾为龙首、龙尾	再现体： 烟绯的整体服饰符号 指代对象：身为仙家弟子的烟绯 解释项：玫红色为主调，简约又不失毛绒感的整体服饰，展现了烟绯大方热情、嫉恶如仇的性格特征，奇异的双角与身上的鳞片均暗示着她的半仙血脉，手上的杆秤与腰部的法典盒进一步深化律法咨询师的身份	像似符：烟绯的整体服饰符号与蕴含中国文化特色的服饰符号原型 指示符：烟绯的整体服饰符号指代烟绯本人

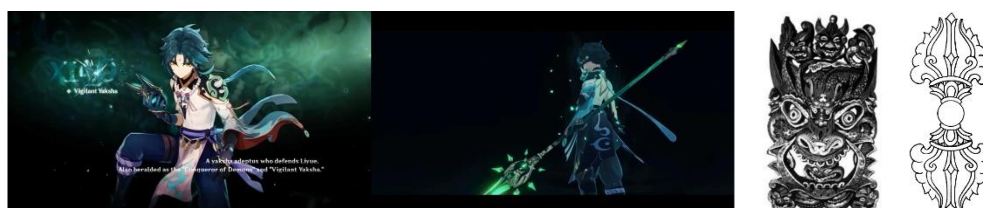


图 2-13 魈的正背面、傩面、降魔杵图

中国知网 https://www.cnki.net

作为护法夜叉的魈，在服饰符号方面保留了许多“野性”、“可怖”的元素。首先是其腰间挂着的面具，该面具参考了我国傩文化中的傩面，傩面形象恐怖，上有长角与下有獠牙。先民们通过戴傩面、化装、执武器、驱鬼怪等步骤完成了古傩仪式，本质上带有清除邪祟、驱邪辟祸的目的。[①]其次是其左臂甲上的突起的獠牙、右臂上的仙兽刺青展示了杀戮者的“凶”面。设计师们又同时以降魔杵、香炉、玉佩、佛珠等符号调和了狂暴戾气的设计，展现了他拔除邪祟只为守护璃月的仙人形象。青绿、深紫为主色，结合飘带、袖摆处大面积飘逸的云纹，总体呈现了一个过往有着数不清的沉重但拔除邪灵时迅捷如风的仙人形象。

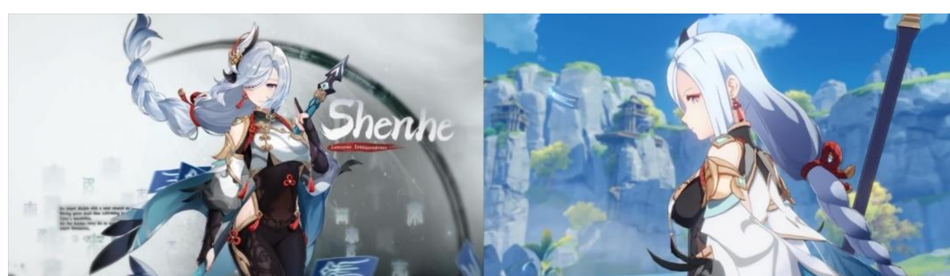


图 2-14 申鹤服饰图

申鹤的服饰设计充分展示了 “鹤”元素，鹤在道教中拥有不俗的地位，仙人得道化形可为鹤，鹤又常是仙人出游的乘具。申鹤上身青白色为主基调、下身以黑色为主，模拟了白鹤上身白净下身乌黑的色彩特点。此外，两片青白色的袖套、开叉后裙裙摆更是形似白鹤翅膀与尾部。云纹与卷草纹的运用突出其飒爽飘逸的一面，长短红绳出现在服饰的各个不同部位，红绳在道教语境下有着破命格孤煞的蕴意，结合申鹤早年母亲亡、父亲将其献祭邪祟的悲惨设定，红绳的运用可以体现为留云借风对她的偏爱，也有合理之处。

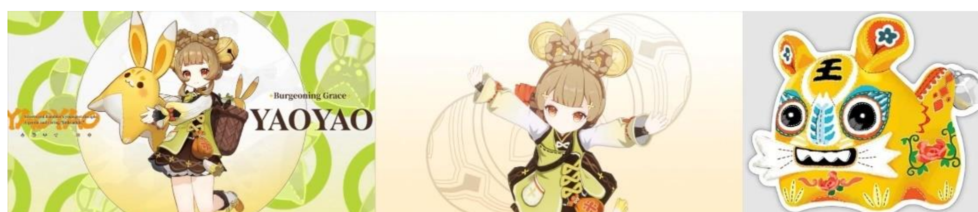


图 2-15 瑶瑶服饰图，左中为瑶瑶，右为布老虎

瑶瑶整体服饰色系为草绿色，充满着平易近人之观感。瑶瑶的发型融合了飞天髻与麻花辫，符合她年纪尚轻的设定。头部两个大铃铛与腰间的香囊值得一谈，古代为了防止儿童走丢与野兽侵袭，父母们会选择为孩子的衣物上挂铃

① 张紫晨.中国傩文化的流布与变异[J].北京师范大学学报,1991,(02):19-27.

中国知网 https://www.cnki.net

铛与香囊，可见瑶瑶倍受仙人们之宠爱。黄色木樨花纹在瑶瑶的头饰、裙摆、口袋、香囊处都能找到，加以瑶瑶抱着留云借风真君赠予的“月桂”在样式上融合兔子与布老虎玩偶的元素，令瑶瑶天真散漫的孩童形象更为突出。



图 2-16 烟绯正背面图

律法元素是烟绯服饰符号所要传达的重要特征。籍由头顶融合獬豸冠与学士帽的帽子、腰间的法典盒、手上的改制杆秤，体现了烟绯追求公平正义、爱好打抱不平的性格特征。此外，带有辟邪祛祸意蕴的圆形方孔钱遍布在衣饰的帽子、腰间盒子各处，自由随意的裙摆云纹与身上若隐若现的鳞片暗示着烟绯半人半仙的混血血脉。

2.2.5.3 不卜庐

表 2-12 不卜庐人物的服饰符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学三要素分析	皮尔斯符号学体系三分法
《原神》角色演示-「白术：治则求本」	纹样：披肩肩部处的改制回纹、如意纹；披肩前挂、中心及其飘带处的改制四叶纹；如意纹在左右腰侧可见；蛇纹见于长袍飘带 发型：珥蛇辫 上身：马褂与苗疆部分地区短衣的改制；右手金色竖针状臂甲参考中医的镵针；左手手腕上挂有十颗佛珠 下身：裤腰处挂有蛇形玉佩；脚踝有圆形方孔钱	再现体：白术的整体服饰符号 指代对象：身为不卜庐医生的白术 解释项：青绿色为主要底色，融合了中医、佛教、道教等符号特征的整体服饰，展现了白术作为医者温柔负责、对待敌人绝不心慈手软的性格特征，强化了不卜庐医者的个人形象	像似符：白术的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：白术的整体服饰符号指代白术本人
全新角色演示 -《七七：冰冷复活》|原神	纹样：上衣前摆的卐字纹，上衣内翻是铜钱纹印 全身：帽子结合了清朝瓜皮帽与顶戴花翎的凉帽；上衣主体是清朝官服的改制版；外套形似长袄；胸前的珠子是朝珠的改制版；背后飘带挂有两颗阴阳球	再现体：七七的整体服饰符号 指代对象：身为不卜庐药童的七七 解释项：青蓝、紫色为主基调，结合符箓、佛珠、阴阳球等特殊的宗教符号的整体服饰，象征七七天真可爱、不愿伤害他人的性格特征，多处道教符号暗示了其与仙人之间存在关系，强调了七七作为不卜庐药童的个人形象	像似符：七七的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：七七的整体服饰符号指代七七本人

中国知网 https://www.cnki.net

	符箓：处于头顶、手臂、脚踝位置 圆形方孔钱：处于头顶、脚踝位置		



图 2-17 白术服饰图

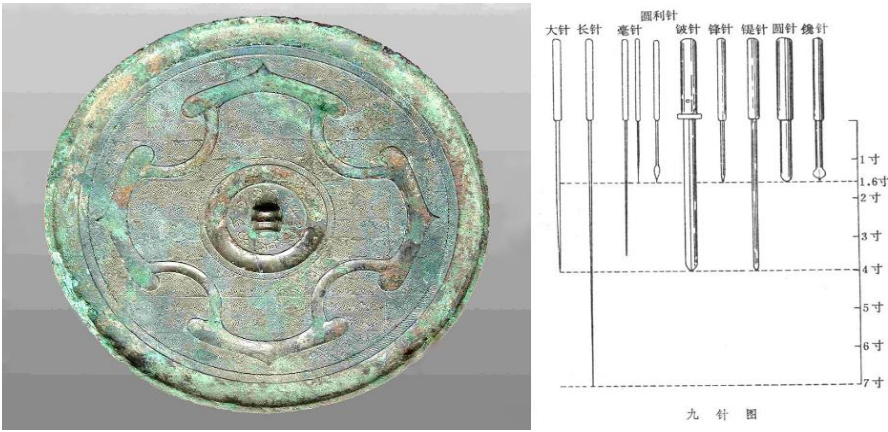


图 2-18 左为战国四方纹镜中的四叶纹，右为中医九针的镵针

白术服饰中埋藏着许多的“蛇”符号，中国古代先民把将形状近似于蛇、头发由耳边下垂至胸部的发型称为珥蛇辫，其次是如围巾般缠绕在白术脖子处的白蛇长生，腰上的蛇形玉佩，以及下身裤上的蛇鳞纹样，背后的飘带处亦有蛇纹。除此以外，为了符合白术医生的设定，其右手臂甲的金属状垂型物为中医九针中的镵针。形似苗疆地区人民穿着的短款上衣与带有盘扣的马褂相结合，为白术带来不一样的异域风情。遍布在服饰各处，象征吉祥如意、幸运的如意纹、四叶纹，连绵不息的回纹在集中表达后，大有“生生不息”的意蕴。



图 2-19 七七服饰图

中国知网 https://www.cnki.net



图 2-20 清朝瓜皮帽与凉帽图

七七的服饰取材自志怪小说中的清朝僵尸（跳尸），帽子融合清朝的瓜皮帽和翎羽凉帽的元素，上身衣装结合长袄和改制的清朝官服的特征，卐字纹填满了前身的裙摆处，背后的飘带挂有阴阳球，帽子和脚踝处可见圆形方孔钱，周身各处贴有符箓，种种带有“封印”、“阴阳八卦”色彩的符号集中于七七服饰时，坐实了她得益于仙力，维持在“活死人”状态的事实。

2.2.5.4 往生堂

表 2-13 往生堂人物的服饰符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
角色演示-「胡桃：生人勿近」	纹样：遍布衣服前襟、袖口、后摆的白花石蒜纹（佛教中的曼陀罗华，天界四华之一） 上身：帽子结合了混元巾的圆帽帽型、逍遥巾的两条飘带；帽上安插有一支红梅；领结为一字盘扣；上身整体为唐装的改制；宽松的袖口上有蝴蝶结盘扣 下身：删减长褂的正前方，留有后片开叉的衣摆	再现体：胡桃的整体服饰符号 指代对象：身为往生堂堂主的胡桃 解释项：红黑为主轴配色，结合与生死轮回密切相关的梅花、曼陀罗花、蝴蝶等服饰符号，展现了胡桃俏皮可爱，但在生死事务上一丝不苟的性格特征，突出了其作为往生堂堂主的个人形象	像似符：胡桃的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：胡桃的整体服饰符号指代胡桃本人
角色演示 -「钟离：听书人」｜原神	纹样：改制的方胜纹在背部、袖口、腰部处均有体现、回纹展露在后背竖形延续一片，鞋子之上；龙纹纹样在长袍下摆处延绵 上身：上半身整体融合了西装礼服与元朝比甲的特征；前门襟的纽扣形似盘扣；肩部有甲胄常有的肩甲、袖口形似	再现体：钟离的整体服饰符号 指代对象：身为往生堂客卿的钟离 解释项：棕黑为主色、服饰华贵厚重，象征着钟离识学渊博、沉稳可靠的性格特征，繁复金贵的整体观感暗示了其岩王帝君的神者身份	像似符：钟离的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：钟离的整体服饰符号指代钟离本人

中国知网 https://www.cnki.net

	马蹄袖，常见于清朝龙袍；左手拇指上有扳指 下身：融合了长袍（侧边开缝）与燕尾服后摆元素，前后皆长且开叉		



图 2-21 胡桃服饰图

梅花、蝴蝶是胡桃服饰符号中最为凸显的两个要素，这两个符号在道教文化中常常与“得道成仙”、“生死轮回”联系在一起，梅花耐苦寒而勤芬芳的“花格”与道教勤修苦练的教旨相接，另一方面道教亦将梅花“仙化”，将之视为北方玄帝的吉祥物。①道教钻研至深的《庄子》里早有“庄周梦为蝴蝶，庄周之幸也；蝴蝶梦为庄周，蝴蝶之不幸也”之描写，蝴蝶成为了道教讨论灵魂与死亡的重要媒介。



图 2-22 左为混元巾、右为逍遥巾

除此以外，胡桃服饰之上的花纹是白石蕊花纹，在佛教语境下，白石蕊花贵为天界四华之一，与“彼岸”的概念联系紧密。总而言之，胡桃的服饰符号通过融合佛道两家象征轮回运转、生死彼岸的重要元素，强化了其独特的社会身份特征。

① 赵波,胡一民. 论榔梅、梅花与道教文化的渊源关系[C]// 中国花卉协会,东南大学,南京市人民政府. 中国花文化国际学术研讨会论文集. 安徽省林业厅;安徽省林科院;,2007: 5.

中国知网 https://www.cnki.net



图 2-23 钟离正背面图

威严庄重、雍容华贵几乎可以视作钟离服饰的整体评词。在表现威严庄重的观感时，方正的菱形纹或大或小地出现在衣装的各个细节处，如上衣的整体前襟成菱形，将人物整体刻画得力量感十足，衣装整体融合了西方燕尾服与中式比甲、长袍各自的长处，兼有燕尾服正式感与长袍的飘逸感，龙鳞纹巧妙地刻画在其裤摆处，钟离笔挺的肩甲、马蹄袖吸收了中国古代甲胄的元素。在传达雍荣华贵的视角效果时，寓意循环往复、生生不绝、吉祥如意的改制回纹、方胜纹连绵在衣装的后背处，占据大幅的视觉面积，形成瀑布般流畅的效果，还有小型的改制回纹、方胜纹错落有致地在袖口、腰部等细节处。如此工整、讲究的整体服饰暗示了钟离岩王帝君的潜藏身份，强化了其作为岩神独有的威严感与稳重感。

2.2.5.5 凡尘能人

表 2-14 凡尘能人的服饰符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
《原神》角色演示-「云堇：虹章书真意」	纹样：改制的云纹遍布袖口、领口以及裙边；改制的方胜纹在紫色裙摆竖状处 上身：上身整体对传统京剧戏服进行大胆改编；帽子整体采集了京剧中的盔帽与英式波奈特帽的特征，帽子上的绒球化用自京剧女将的“七星额子”；领口持有男靠三尖领的特点；身后的假辫保有戏曲中长穗的特征；披肩是“云肩”的改良；窄小的袖口是女靠的重要特点 下身：下身也是大胆的裙服改制，整体融合裙子与女靠的“飘带”要素；靠肚改制来的束	再现体：云堇的整体服饰符号 指代对象：身为云翰戏社花旦的云堇 解释项：主调颜色为青紫，辅以粉白复色的服饰，传达了云堇英姿飒爽、优雅稳重、坚守传统的性格特征，深化了其作为云翰戏社当家的个人形象	像似符：云堇的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：云堇的整体服饰符号指代云堇本人

中国知网 https://www.cnki.net

	腰，上有金属改良自男靠虎头片、下有流苏点缀，束以中国结；靠肚上方的铆钉具有帽钉开的元素		
全新角色演示-「辛焱：非常摇滚的选择」丨原神	纹样：菱纹遍布袖口、袖套、衣领、裙摆、短裤处 整身：整体为短版旗袍的大胆改制版，综合了V 字领与水滴领短式旗袍的胸前开口的特征，衣襟处亦有改动，六道中式盘扣由左及右斜布 鼓：背部背有的双面鼓形似朝鲜族长鼓 琴：手握琴形似琵琶，上有四弦轴，琵琶圆肚被改为菱形	再现体：辛焱的整体服饰符号 指代对象：身为摇滚乐歌手的辛焱 解释项：主体颜色为黑红结合白橙的活泼复色的服饰，展现了辛焱抗拒成见、不被定义、热情似火的摇滚精神，强化她作为璃月港内少数的摇滚乐歌手的个人形象	像似符：辛焱的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：辛焱的整体服饰符号指代辛焱本人
“火焰篇”——厨师香菱|原神冲击	纹样：改制的云纹在袖套、旗袍前摆；改制的回纹在上衣襟处展现 发型：双环髻 整身：改制的短版无袖旗袍，领结是改制版的中国结，左腰腹部有中式盘扣；两袖袖套上亦有无流苏的中国结；腰间挂有中国结和铃铛，铃铛同时还存在于背部的飘带；鞋子保有朝靴的特征，鞋头尖、鞋身包裹脚踝	再现体：香菱的整体服饰符号 指代对象：身为万民堂厨师的香菱 解释项：橙黑红的着色结合着轻便的整体服饰，象征着青春可爱、活泼热爱探险的性格特征，强化了香菱作为万民堂厨师热衷风味探索的个人形象	像似符：香菱的整体服饰符号与蕴含中国文化细节的服饰符号原型 指示符：香菱的整体服饰符号指代香菱本人



图 2-24 云堇正背面图

云堇的服饰符号大量参考了京剧中刀马旦的符号特征，体现在帽子的帽型选择和帽子上的绒球、领口的三尖领、腰腹的靠肚、裙摆的飘带等，进一步与她作为云翰社当家的社会身份勾连。位于衣饰不同位置的改制的云纹、方胜纹为云堇行动时的灵动与性格的沉稳打下纹样上的根基。紫粉色是云堇服饰的主色调，粉色为云堇带来了少女感，紫色为她坚定传承璃月戏的执着作衬。在坚守传统璃月戏之外，云堇十分谦逊好学，颇为欣赏摇滚乐歌手辛焱的表演，常常在辛焱演出时充当观众。

中国知网 https://www.cnki.net

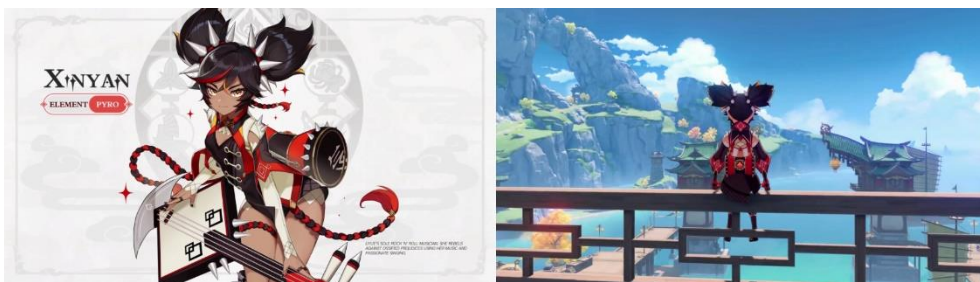


图 2-25 辛焱正背面图

辛焱的服饰符号整体极为“反叛”，与其作为璃月内少数的摇滚乐歌手身份相呼应。她将头发梳成两束，用带有铆钉的发圈扎起来，形成竖起冲天的效果。上身整体是短式旗袍的改制，将原本旗袍的琵琶襟改为六道盘扣由左及右斜布。背部背有形似朝鲜族长鼓的大鼓、手中握有改制的琵琶，强调她作为摇滚乐手的身份属性。插一句题外之言，铆钉元素在我国不常见于便服，多见于戏服与军服，但在海外的摇滚乐中是相当重要的表现元素。

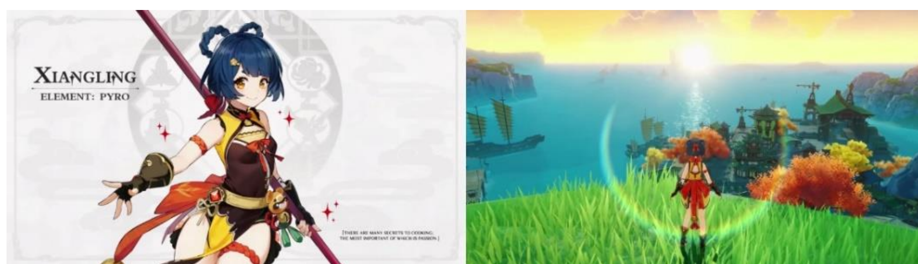


图 2-26 香菱正背面图

双环髻突出了香菱少女的年龄属性，橙红色作为服饰符号的主色调，传递给受众一种热情奔放的情绪流，香菱个人的性格特征也确如颜色所示。改制的短式旗袍更加贴合了香菱需要长期在野外找寻食材的活动需要，喜庆的中国结与铃铛巧妙地融入到香菱的整体服饰中，增添细节感，强调了她作为璃月人的身份属性。

综上，在此对视觉符号的五个小节进行归纳。创作者们通过交代景观符号的创作思路、复现游戏中的璃月美食符号、融合游戏场景与非遗文化的器物符号、刻画具有中国武侠等风格化的动作符号、设计贯通古今的服饰符号，将独特的中式美感糅合至一个个具体、可视、易感的视觉文化产品中。

2.3 神话符号

每个文明在改造自然能力薄弱的时期总会衍生出一系列神话用以强调自然

中国知网 https://www.cnki.net

之“威力”。袁珂指出，“神话是非科学但却联系着科学的幻想的虚构，它通过幻想的三棱镜反映现实生活并对现实生活采取革命的态度。”他还认为广义的神话包含着神话、传说、历史、仙话、怪异、民间传说、佛教神话故事、节日与风习、少数民族神话九个部分。[①]由此可见，先民与自然的关系主轴中暗藏着一种“博弈”与“斗争”的意味。本节将从广义的神话定义出发，分为节日、传说与神话三个符号类型，其中第三小节的神话更贴近狭义上的神话，关注各种概念化的形象。

在人与自然“博弈”的进程中，先民们往往将自然拟以形象。例如他们把山野虫兽的特征结合至抽象的概念如正义、公平、祥瑞等，孕育出蕴意非凡的“神兽”身上，而“兽”可大致分为“瑞兽”与“凶兽”，瑞兽的到访代表着丰裕、吉祥等美好的寓意；凶兽的出现往往带来灾厄、不详。将本文明神话应用于游戏中并不鲜见，关键在于设计者们如何将神话进行解构、提取神话中显著的符号元素，保持其“形”之余，不失违和地传达其“意”。

宣传视频中的璃月角色具备鲜明的神话特征，本节将集中于人物演示集、剧情回顾集、特殊动画集进行分析。由于不同的人物在人物设定上存在关联，呼应着现实社会中所拥有的社会关系与社会身份，因而本节将会把社会关系紧密的角色连携解析。借用马克思的一句话—— “人是一切社会关系的总和”，正是因为存在社会关系的设定，角色成为“活动”的角色，为后续的剧情开展提供可操作化的空间。

2.3.1 节日符号：其乐融融的中式美

尽管《原神》官方强调提瓦特是一个虚构世界，那里发生的节日均不对应现实节日，但是每年一月或二月，玩家会度过一个名为“海灯节”的游戏节日。每逢海灯节，璃月地区霄灯明亮，亲朋好友团聚一堂共同吃食、放烟花、挂霄灯，主线剧情亦会收回到璃月地区。《庆佳节》使用了定格动画的特殊表达形式，通过逐格拍摄对象后连续放映获取独特的表现力，主视角跟随的是可爱活泼的瑶瑶，为我们展现海灯节时必要的节日流程；《明霄幻梦》没有使用其他合集常见的 live 2D 或游戏内实机镜头录制的呈现方式，而是采用全动画化的表达，创作者们能够完全控制画面中所有要素的展现形式，表现了不同国家的角色来到璃月欢聚一堂，享受海灯节的情景。

① 袁珂.从狭义的神话到广义的神话——《中国神话、传说辞典》序[J].民间文学论坛,1983,(02):10-16.

中国知网 https://www.cnki.net

表 2-15 节日符号的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
《原神》海灯节CM 短片：明霄幻梦 《原神》海灯节定格动画-「庆佳节」	海灯节	再现体：海灯节 指代对象：元宵节 解释项：亲朋好友团聚一堂嬉戏玩闹，共度一段美好时光的虚构节日	像似符：海灯节与元宵节 指示符：海灯节指向的是璃月地区虚拟的、融入亲朋好友团聚一堂理念的特殊节日

把握这两个视频中蕴藏的节日符号需要对剧情进行简要介绍。《庆佳节》以瑶瑶的视角经历奠英雄、放烟花、挂霄灯、齐回家四个环节；《明霄幻梦》是一部群像剧，所有的璃月角色均已出场，甚至包含其他国度角色（蒙德、稻妻、须弥），总体剧情是大家在璃月大街小巷闲逛、赏霄灯、摆摊、购物、聚会，体味海灯节氛围，整体呈现一副其乐融融的大画面。得益于不同璃月角色宣传视频的塑造中包含其社会关系的描写，所以他们成群结队出现时并不显得突兀。



图 2-27 《庆佳节》与《明霄幻梦》图

从剧情展演元素上分析，赏霄灯是必不可少的一个环节，游戏中的霄灯形似孔明灯，孔明灯多在新春、元宵节期间点燃。具有一定代表性的元宵节起源主要有三种，西汉祀太一说、东汉燃灯表佛说、魏晋道教祀三元说，无论是哪一种说法都与灯火祭神息息相关。①元宵节起源中的祭天、祭神属性延展到先民对该节日最初的寄望，表现为先民对“天”、“神”等高位阶者祈求得到明年风调雨顺、五谷丰收、驱除不详之物等“承诺”。从精神内核、展演符号两个方向结合来看，原神的海灯节既完成了节日相关仪式流程的“外形”模仿，又实现

① 向柏松.元宵灯节的起源及文化内涵新论[J].中南民族学院学报(人文社会科学版),2000,(02):32-35.DOI:10.19898/j.cnki.42-1704/c.2000.02.009.

中国知网 https://www.cnki.net

了节日精神文化的“内核”保留，最终使得海灯节兼有元宵节之“形神”。

2.3.2 传说符号：精奇古怪的中式美

在剧情回顾集中，我们能够看到两种神话改写方式。该部分宣传视频的神话灵感汲取自中国文化中经久不衰、意蕴丰富的传说，文案工作者们通过改写文学典故的方式获取了新颖的剧情文本。

要想抓取其中的神话元素有必要将剧情回顾集涉及的剧情进行简要回顾。《神女劈观》以云堇表演的京戏视角展开，讲述了一个被父亲遗弃（父亲为了挽回妻子的生命，将女儿献祭给邪祟）的少女在危急关头拔剑刺向邪祟拯救乡人，后坠入危险境地，所幸被仙人收养，等到她多年以后再返回原处，那里只流传着一女子刺杀邪祟的传说，却再也没有她家人的身影了。《余音萦心》讲述了归终与歌尘浪市真君（两位皆是仙人）因机关术到底能否取代人力演奏出美妙的音乐的问题加深相互的了解，最终结为知己的故事。然而归终在魔神战争中丧生，歌尘浪市真君请求帝君将归终创造的、能够演奏音乐的“涤尘铃”机关交由她保管。战争结束后，歌尘浪市真君自此封琴不奏，以凡人身份生活在璃月港。《创龙点睛》以说书人讲书切入，结合帝君的旁白讲述了他与若陀龙王相知相识，成为战友的经过。在古早时期，他为目不能视的若陀龙王点睛，使其可以看见天下，但他同时与若陀约法三章，让它务必与人类共生共存，若有违背便要被重新封印。若陀龙王随后跟随帝君征战四方，成为了其麾下的重要力量。

表 2-16 传说符号的符号分析

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学三要素分析	皮尔斯符号学体系三分法
《原神》剧情PV-「神女劈观」	神女劈观的剧情文本	再现体：神女劈观的剧情文本 指代对象：烂柯人《述异记》 解释项：化用烂柯人的典故，改写为少女击杀邪祟、成为仙家弟子后修炼多年再回原址，却无人认识、亲人不再	像似符：《神女劈观》的剧情文本与《述异记》的烂柯人
《原神》剧情PV-「余音萦心」	余音萦心的剧情文本	再现体：余音萦心的剧情文本 指代对象：伯牙鼓琴《吕氏春秋》 解释项：化用伯牙鼓琴的典故，改写为两位仙人因音乐结缘成知己，其中一位仙人因战而亡，另一位从此封琴不奏	像似符：《余音萦心》的剧情文本与《吕氏春秋》的伯牙鼓琴
《原神》剧情PV-「创龙点睛」	创龙点睛的剧情文本	再现体：创龙点睛的剧情文本 指代对象：画龙点睛《历代名画记·张僧繇》	像似符：《创龙点睛》的剧情文本与《历代名画记·张僧繇》的画龙点睛

中国知网 https://www.cnki.net

		解释项：化用画龙点睛的典故，改写为帝君为若托龙王开眼，二者从此结盟	

《神女劈观》化用《述异记》烂柯人的传说，将原本凑热闹、吃了枣核般长生不老药的王质在热闹结束后返回乡村却发现时间已过许久的“悲剧”内核保留，编剧重塑了主人公的身份以及主人公如何结下仙缘的过程。《余音萦心》汲取了伯牙鼓琴传说中知己难觅、知己若逝便再不弹琴的精神内核，文案编剧在更改主人公身份的同时，还改写了造成知己双方天人永隔的原因，使之更贴近游戏世界观，最后结局则是保留了一方为逝去知己封琴不奏的结局。《创龙点睛》基本只是抽取了画龙点睛传说中“为龙点睛”的文学细节，在精神内核（《画龙点睛》强调艺术创作需要着墨于关键点，使之更为生动传神；《创龙点睛》主要交代存在于若陀与帝君的“知遇之恩”）与传说结局（被张僧繇点睛的二龙飞走、墙上剩下两条没被点睛的龙。《创龙点睛》的结局为帝君与若陀自此同行，成为伙伴）存在出入。

综上，文案编剧改写文学典故所采取的手法可分为两种。第一，保留传说的精神内核，替换人物、修改情节，前两者的更改相当简单，这种处理手段容易导致剧情结局与传说结局相当趋同；第二，只保留传说的重要文学细节，人物、结局乃至精神内核都可以随之更改，这样的处理方式往往能够给予人眼前一亮的观感。

2.3.3 神话符号：瑰丽璀璨的中式美

2.3.3.1 从神治迈向人治：仙人与璃月七星

人类由野生草莽时期逐渐走向成熟发展阶段，自然会衍生出集中社会管理权力、把控社会管理机制的组织。在璃月，璃月居民经历了“神治”到“人治”的社会演进历程，在“人治”社会治理结构下，璃月七星作为一个拥有权力的政治实体掌控着这个国度的方方面面。在宣传视频中，与“璃月七星”关系紧密的有玉衡星刻晴、七星秘书甘雨以及供职于总务司的夜兰。

如果说“人治阶段”的“璃月七星”职责是保护、引导群众往更高、更和平处发展，那么在“神治阶段”的璃月还存在着 “仙人”联盟，他们属于 “神治”阶段的产物，仙人们在帝君摩拉克斯的麾下征伐四方，最终实现了璃月地区的完整统一，宣传视频中的护法夜叉魈即是该联盟中的一员。另外还有两个极为特别的存在，岩龙若陀龙王、灶神锅巴，它们并不是仙人联盟中的一员，却是帝君征伐队伍中极为重要的战力。

中国知网 https://www.cnki.net

表 2-17 神话符号的符号分析表一

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
全新角色演示-「刻晴：玉衡七星」丨原神	刻晴	再现体：刻晴 指代对象：北斗七星中的廉贞星 解释项：积极进取、锐意改革，引领人治先河的刻晴形象	规约符：刻晴与廉贞星
角色演示-「甘雨：梦里留光」丨原神	甘雨	再现体：甘雨 指代对象：瑞兽麒麟 解释项："仙""人"共治共存的践行者，同时也是繁荣昌盛的璃月的见证者	像似符：甘雨与瑞兽麒麟
《原神》角色演示-「夜兰：晦雨幽客行」	夜兰	再现体：夜兰 指代对象：文学典故中的屈原咏兰 解释项：幽而有芳的品格特征与夜兰隐藏于璃月暗处采取各种手段，保护璃月安危的守护者形象相贴合	规约符：夜兰与兰花
角色演示-「魈：历劫祓恶」丨原神	魈	再现体：魈 指代对象：道教的华光天王；民间传说的山魈；佛教的护法夜叉 解释项：拔除恶物、守护众生的仙人形象	规约符：魈与山魈、华光天王、护法夜叉
潜心雕龙——《原神》若陀龙王创作的幕后	若陀	再现体：若陀 指代对象：Aži Dahāka，古波斯语中意为"伊朗的龙"，是伊朗民族史诗《列王纪》中的一种邪恶的巨兽 解释项：拥有强大力量、终将苏醒的巨龙若陀形象	规约符：若陀与Aži Dahāka
《原神》剧情PV-「人间至味」	锅巴	再现体：锅巴 指代对象：灶神 解释项：为璃月先民带来火与烹等生存要素与技能的魔神。为破碎的璃月奉献了自身大部分的力量从而失忆、变小的爱人魔神形象	规约符：锅巴与灶神

璃月"七星"与北斗七星遥相呼应，七星的外号与北斗七星存在关联，刻晴作为七星中的"玉衡星"，掌管土地与建设工作，同时她对从前神治时期颇有质疑。在古代，中国先民融合天文学与星象学，形成了一套自洽独立的价值观，他们赋予不同星宿以名字、象征，并将它们与人、神话结合起来，深刻地嵌入到中国神话文化。玉衡星是北斗第五星、第一亮星，又名"廉贞星"，它常被赋予积极进取、锐意改革的个性象征，这无疑与刻晴的性格特征相吻合。在社会身份上，甘雨与璃月七星关系紧密，她已经担当历代璃月七星的秘书数千年，能够支撑她担任七星秘书多年而不退位的原因是其自身血脉是"仙兽与人的混血"（寿命极长），她的外表特征多参考自瑞兽麒麟，麒麟最早可见于《诗经·麟趾》，在《孝经·古契》中孔子所见的麒麟有羊首的特征[①]。在甘雨的宣传视频中，第三十七秒的文字标注为"The blood of the qilin"（麒麟的血

① 肖红."瑞兽"麒麟与民间装饰艺术[J].河南大学学报(哲学社会科学版),1987,(02): 112-114.DOI:10.15991/j.cnki.411028.1987.02.024.

中国知网 https://www.cnki.net

脉），画面右方图像更是睡卧的麒麟改制图，可见甘雨在极大程度上汲取了瑞兽麒麟的形象特征。结合璃月由“神治”转变为“人治”的社会背景，人类掌握了自身的发展命脉与路径，以“人类”自身的智慧迈向新的繁荣，寓意着祥瑞的“半仙”融入至“人”的社会中显得十分“合理”，这跟麒麟在民间传说中多现身于祥和盛世的时机节点相接。

比起明面上的主持大局的璃月七星以及七星秘书，暗地供职于璃月总务司的夜兰则没有如此引人注目，宣传视频四十八秒的夜兰外号为“Valley Orchid”（中方版本译为：兰生幽谷），明代《续小儿语》曾写道：“兰芳不厌幽谷，君子不为名修”，展现了兰花不厌偏远，芬芳四野的坚毅品格。除此以外，兰花在中国诗词文化语境下常常还意味着高洁与典雅，它与“梅”、“竹”、“菊”并称四君子，结合夜兰供职于璃月的总务司（情报机构）暗中保护璃月安全不求名声，可见夜兰的人物概念中抽取兰花不计关注、淡泊典雅的文化意象，深化至人物性格和行为逻辑中。魈与夜兰类似，他是神出鬼没、隐秘于山野之中随时行动、铲除魔物的护法仙人，他是罕见的、在官方开设的《开发者共研计划》的栏目中直接交代其详细设计理念、原型等资料的角色。璃月仙人的美称为“三眼五显仙人”，在古代传统和明清神魔小说中，“三眼五显”指向的是道教华光天王，俗称“马灵宫”，他是威名远扬的护法神、守护神。但是在部分的民俗研究中，存在五显神与山中鬼神五通神混合一谈的先例，设计师们采集了五通鬼神中的“山魈”之名，保留了其野性的一面。鉴于其在游戏中的角色属性为风，设计师汲取了佛教中“夜叉”的设计元素，因夜叉在佛教中又名“捷急鬼”，而且“护法夜叉”还有恶神向善的意象。由此可见，如果将魈视作一个符号，它汲取了不同宗教、民间传说中拥有护法济人特征的“善”神内核，保留了作为野性、凶残的“恶”神特征。在设计理念上，若陀是一条区别于人们已有印象中东方龙或西方龙的“龙”，它吸收了伊朗民族史诗中一个危险、终究醒来的龙的理念。在此基础上，若陀参考了大量我国商周到汉代的玉器外形，其实先民们对龙的形象持有多种想象，其中不乏有着爬行在地、“蛙形龙”形态特征，设计师们最后在物种外形上抓住了鳄龟的特征、科莫多巨蜥的行为模式，令若陀在最终形态上贴近剑龙。另一个曾经在帝君麾下、护卫璃月人的重要魔神——锅巴（结合额外的游戏设定，可知其是魔神马科修斯散尽魔力后的形态）在璃月传说文本中有灶神的身份。它在魔神战争前教导聚集在归离集的先民们生火烹饪的技能，为先民们的生存发展贡献出重要的力量；魔神战争时期，它持续不断地输送自身的力量修复支离破碎的璃月大地的创伤，最终透支了全身的力量失去了大部分的记忆进入山林中长眠。在身份属性、角色职责上，锅巴抽取了不同神话体系（马科修斯出自《所罗门王的小钥匙》，是神秘学“所罗门

中国知网 https://www.cnki.net

七十二柱”中的一柱魔神；中国传统文化的“灶神”也有司掌灶火、守护家庭幸福的职能）“灶神”的身份、职能元素，融入到角色背景故事与行为逻辑中。

2.3.3.2 从个人兼济尘世：仙缘匪浅的仙家子弟

上一节提及的仙人并不全都远离俗世，偶尔会因所遇之人的仙缘深厚收下一批“仙家子弟”，宣传视频中的申鹤、瑶瑶、烟绯均属于此类（甘雨与申鹤师出同源，但考虑到甘雨的神话属性与璃月七星、仙人们更近，故将其安排在上一小节），他们身上的仙家意蕴颇为明显。结合前面服装符号的分析，不难发现申鹤身上有着大量的“鹤”元素，鹤在我国道教文化扮演了重要的角色，道教称其为“骐骥”，不少仙人在成仙以后均可化身为仙鹤，驰游天地之间，具有鲜明的浪漫主义色彩。联系申鹤自身的故事背景（她身为仙家弟子）、动作设计（展示了丰富的道教符箓文化）、外形设计（颜色、袖套、裙摆等细节均向“鹤”靠拢）“仙鹤”元素之于申鹤有了扎实的可靠性。通过识别申鹤身上主体颜色元素——青、白、黑，我们可以发现申鹤所指向的“鹤”更多地靠近“白枕鹤”而不是更为常见的“丹顶鹤”，而是古人很早以前已经记录的白枕鹤，白枕鹤的外形特征为“苍色”、“赤颊”。[①]

表 2-18 神话符号的符号分析表二

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学三要素分析	皮尔斯符号学体系三分法
《原神》角色演示-「申鹤：闻鹤于野」	申鹤	再现体：申鹤 指代对象：仙鹤 解释项：不食人间烟火、清冷非常的申鹤形象	像似符：申鹤与仙鹤
《原神》角色演示-「瑶瑶：仙桂莹澈」	瑶瑶	再现体：瑶瑶 指代对象：玉兔 解释项：仙缘匪浅，深得各路仙人喜爱的瑶瑶形象	规约符：瑶瑶与玉兔
《原神》全新角色演示-「烟绯：百法通明」	烟绯	再现体：烟绯 指代对象：獬豸、狴犴 解释项：明辩曲直、热血正义的烟绯形象	规约符：烟绯跟獬豸 像似符：烟绯跟狴犴

瑶瑶与烟绯同属于歌尘浪市真君门下，结合前面服饰符号分析，瑶瑶身上遍布设计的“兔子”、“桂花”相关的元素，不免令人联想至民间传说玉兔捣药，刘瑶认为，早期的自然神话体系与西王母神话体系相互结合，原始自然神话中的奔兔逐渐发展为捣药玉兔。玉兔与汉代道教“成仙路径”（如食不死药入仙，嫦娥偷吃西王母仙丹进而飞仙）紧密地联合在一起。[②]这与瑶瑶仙缘匪浅，深得

① 宋胜利,李玉良,冯立国等.中国鹤文化[J].森林与人类,2015,(06): 96-101.
② 刘瑶.论中国神话中月中灵兽形象的产生、兴盛与流变[J].河南社会科学,2016,24 (08):82-87.

中国知网 https://www.cnki.net

各路仙人喜爱的人物设定一致。烟绯在璃月的社会角色身份为律法咨询师，其命座是“法兽座”，古代传说中有两匹与律法密切相关的神兽，分别是獬豸和狴犴，《后汉书》卷四十载：“獬豸，神羊，能别曲直，楚王尝获之，故以为冠”，阐明了獬豸作为神兽，能够明辨是非曲直、能识善恶忠奸的特征；狴犴在外形上头有双角，性格上急公好义。经由揉合两神兽的精神内核与外形特征，烟绯仙兽的外形设计与热血正义的人物性格显得更为合理。在服饰符号一节对烟绯的解析中提到，烟绯的帽子结合了獬豸冠和学士帽元素。除了融合獬豸冠秉持公正的价值观到角色设计理念中，还经由学士帽在学生毕业之时由校长拨流苏至左侧的传统埋下伏笔，烟绯的流苏尚在帽子右侧，这个小细节兴许暗示烟绯在人间的修行还远未结束。

2.3.3.3 不卜庐里的“病人”与“活死人”

在璃月城内，一家唤作不卜庐的药庐声名远扬，馆中主要操持医治的是医师白术以及负责采药、抓药的药童七七。白术二字本身与一味中药的“白术”相同，经由前面服饰符号的分析可知其左手镊针右手佛珠兼有医佛两道，再结合其主调颜色——绿色进行原型追溯，该角色兴许采集了佛教中的绿度母观音的形象特征，绿度母观音柔美的女性特征与白术阴柔的特点相互呼应，其腰间所挂的“泪滴”状玉石与绿度母观音是观音菩萨眼泪所化的传说特征相互对应，加上白术的医者身份，跟绿度母观音消除业障、病苦的宗教意象相接。长生是缠绕在白术身上的一尾白蛇。谈及白蛇，中国民间传说中与蛇相关的传说不得不提及白蛇传中的“白蛇白素贞”，她受恩于药家子弟许仙后与之结婚经营一家医馆，白蛇又与“医”联系起来了。

药童七七在服饰上接近明清时期的鬼怪传说——僵尸，在后世的小说、影视作品中，“中国式”僵尸的艺术形象往往结合了“清朝官服”，身上多贴有符箓，符箓上刻写着道家敕令，表明七七所受“道力制约”之苦。此外七七的仙号——救苦渡厄真君与道教太乙救苦天尊相近。太乙救苦天尊在道教享有颇高的地位，位列五老天尊中的东方青帝，《太一救苦护身妙经》载：“太乙救苦天尊最尊、最贵、最圣、最灵，他于每月三、九日降临人间，普救众生。”

表 2-19 神话符号的符号分析表三

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法
《原神》角色演示-「白术：治则求本」	白术	再现体：白术 指代对象：佛教中的绿度母观音 解释项：中医药文化的代表，勤勉忘劳、悬壶济世的医者形象	规约符：白术与绿度母观音

中国知网 https://www.cnki.net

《原神》剧情PV-「长生」	长生	再现体：长生 指代对象：民间传说白蛇传中的白蛇 解释项：常伴医者左右，辅佐医师救治病人的白蛇形象	像似符：长生与白蛇
全新角色演示 -《七七：冰冷复活》|原神	七七	再现体：七七 指代对象：僵尸，又称跳尸、移尸，常见于明清时期的鬼怪传说；道教中救苦渡厄的太乙天尊 解释项：受困于在生死两岸之间，仍然救济苍生的七七形象	像似符：七七与僵尸 规约符：七七与太乙天尊

谈及仙号不禁让人留意到七七名字中的“七”，“七”作为一个数字符号，在我国民间丧葬习俗中有着极为重要的意蕴。丧葬习俗中有着“头七”、“断七”一说，生者要以七天为周期祭奠死者，持续七个周期，仪式最终结束于“断七”，而“七七”二字相叠，让人联想到七七在游戏设定中“活死人”的身份，她本已死去但却受益于仙人法术，以非生非死的姿态“滞留”在人间，无法主动摆脱、破除“七七四十九”意味着的循环往复的生死轮回。早期宗教“巫医”难分，两者基本是一体两面。经由三个不卜庐里主要人物的神话符号分析，我们不难发现“医”与佛道二教关系亲密，二教尤其是道教，修道者们意图通过制药炼丹、服食丹药的行为羽化而登仙。

2.3.3.4 往生堂里的俏皮堂主与稳重客卿

如果将不卜庐视作最后把关“生”门的存在，他们的服务对象都是“生者”，那么往生堂则服务于璃月这片土地的 “死者”，主要负责将逝者引导至死的彼岸。往生堂第七十七代堂主是胡桃，胡桃极为年轻、生性俏皮，操持着其年纪极不相符的丧葬事宜，但就专业能力而言，早慧的胡桃跟随着上一任堂主（她的爷爷）见识、学习许久，已然能够合乎礼仪、合乎道法地处理丧葬事务。钟离作为往生堂的客卿，扮演着类似于门外顾问的角色，但其实际身份为“假死”的岩神——摩拉克斯，经历了漫长岁月的他见多识广，甚至到可以称为“博闻广记”的地步，褪去岩神身份的他仅想要以“人”的身份生活在璃月之内，享受尘世闲游的时光，尽管其有意将璃月从“神治”让渡至“人治”，但每当璃月或璃月仙人面临险境时仍然会出手相助。在某种程度上，钟离算得上是璃月的最后底牌，依然肩负着守护璃月安全的职责，仍然坚守其作为魔神一开始与璃月苍生立下的、给予璃月一方平安的契约。

表 2-20 神话符号的符号分析表四

视频名称	视频主要展现符号	皮尔斯符号学 三要素分析	皮尔斯符号学 体系三分法

中国知网 https://www.cnki.net

角色演示-「胡桃：生人勿近」丨原神	胡桃	再现体：胡桃 指代对象：胡桃另名核桃，多有长寿之意，常用作棺材木；在道教中常取桃木为剑等法器，有辟邪祛祸的效用 解释项：主持往生堂事务，维持生死两界平衡的胡桃形象	规约符：胡桃与核桃
角色演示 -「钟离：听书人」丨原神	钟离	再现体：钟离 指代对象：道教八仙之一的钟离权 解释项：隐藏身份闲游俗世，必要时出手助力世人的钟离形象	规约符：钟离与钟离权

在前文的服饰符号、动作符号分析中，本文提到胡桃身上有着蝴蝶、彼岸花、道教道巾与往生印等元素。结合其身上引导逝者走入轮回的道教元素，让人联想到的是她的名字所埋藏的意蕴。胡桃的别称可以是核桃，常常与长寿的美好寓意联系在一起。作为木材，桃木常做棺材木，桃木可被道教人士制作成桃木剑等一系列带有辟邪祛祸的法器。上述两点结合，无疑符合胡桃的人物设定，她既负责将逝者送往死的彼岸，又兼有着维护生死两方平衡的职责。钟离的角色评词为“尘世闲游”，道教仙人中亦有一位抱有相同理念的仙人——钟离权。他在踏入仙班以后，自称“天下都散汉钟离”。[①]钟离权名中“权”字来自于“自幼知识轻重”，其父遂起名为“权”。[②]“权”者，秤砣也。道教传说中的钟离权在被玉帝封为“太极左宫真人”后，一直或隐或现、飘渺不定。在此额外引入部分游戏内的设定，钟离还拥有“契约之神”、“商业之神”的人物设定，大有明智地权衡一切、忠实地履行契约的指向，这与钟离权的“权”衡一切的意蕴相接。

综上，神话符号介入到宣传视频的支点在于“人物”，某种程度上，正是因为设计团队在人物设计中充分吸收了中国神话要素并予以再修改，令可供活动的人物携带了别样的神话色彩。节日与传说符号借由人物互动生发出对应的剧情文本，助力神话符号更加惟妙惟肖。

① 马书田.中国道教诸神[M].北京：团结出版社，1996，146.
② 王擎擎.论八仙文化的生成[J].黑龙江史志,2011,(04):58-59.

中国知网 https://www.cnki.net

第3章 国产游戏海外宣传视频的符号叙事

经由第二章对宣传视频中蕴含的符号本体的细致解读，第三章将集中关注符号“组合”与“叙事”的动态过程。作为对第二章符号精细分析的补充以及更高维度的归纳，第一步，本章将会探讨中国文化符号在宣传视频的组合逻辑，探察符号嵌入、呈现的根本“舞台”。第二步，本章将会结合符号叙事的思路，探寻宣传视频的符号叙事特征。赵毅衡指出，“符号经常组合成文本表达合一的复杂的意义，这种组合我们称之为‘文本’，而一旦这种文本组合表达的意义中有情节变化，这种文本就成为了叙事，不然只是描述或陈述。”[①]单拧符号进行解析，犹如观看橱窗中静止不动的模特，它们的一切“似乎”已经尽收眼底。然而宣传视频中的符号并不静止，究其原因，宣传视频自身取向是“运动”的，它以一定的时间，承载相应的画面、语音、剧情文本进行完整的自我呈现，因而在此其中的符号自然需要“动”起来。简言之，本章需要解答的是：符号通过经历有机的嵌入和展示，助力传播者完整意义表达链路的形成。完善这番链路分析需要借助符号双轴理论以及影像叙事理论之手，从符号的横组合轴、纵聚合轴以及叙事主体、叙事视角、叙事时序等维度解析研究对象。

3.1 宣传视频的中国文化符号组合逻辑

索绪尔率先提出符号文本有两个展开向度，分别是横组合轴和纵聚合轴。组合关系易懂，即符号拼合为一个有意义的“文本”，聚合关系则比较复杂、难以解释。按照赵毅衡的观点，“聚合轴的组成，是符号文本的每个成分背后所有可比较，从而有可能被选择，即有可能代替被选中的成分的各种成分。”他同时还指出，“一个符号表意，逻辑上必须首先在聚合轴进行选择，然后产生组合。文本完成后，只有组合段是显现的，属于表层结构；聚合是隐藏的，属于深层结构。这两者没有时间先后，只有逻辑先后。”[②]在笔者看来，聚合轴某种意义上是“理念性决策”的统筹，也即要选“这个”而不选“那个”，然而识别“这个”的前提是要有“那个”的存在，在进行“比较”前，首先需要进行比较对象的收集。例如今天天气很热，你想穿短袖不想穿大衣，前提是你的衣柜中要同时拥有短袖与大衣。

索绪尔的双轴关系带来的启示是，能否从宏观、微观两个角度探究中国文

① 赵毅衡.从小说叙事学到符号叙事学[J].河北师范大学学报(哲学社会科学版)，2021，44（05）：69-74. DOI:10.13763/j.cnki.jhebnu.psse.2021.05.010.

② 赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京：南京大学出版社，2016.158.

中国知网 https://www.cnki.net

化符号如何组合到宣传视频中？为此，我们需要将视线返回到创作团队们在璃月景观的幕后创作篇中提到的“生态”理念。他们谈及璃月国度概念设计之时，从自然风貌、人文文化两方面入手，力求令这个世界圆润自洽。从实际效果来看，他们的确做到了，不仅仅在游戏内部实现了这个世界的构建，还一定程度上在游戏外部实现了一个大众意识中璃月的“符号世界”形塑。

从宏观层面出发，“璃月”作为一个整体性的世界符号被识别，既有赖于游戏内部的“存在”，又依靠宣传视频在游戏外部的“形塑”。那里拥有优美的自然风光、动听的民族音乐、盛大的虚拟节日、瑰奇的神话传说、可口的美食佳肴、迥异的游戏人物等等。从纵聚合轴层面分析，游戏创作者们在一开始，经由游戏内部世界的设定，已然确立要创造一个拥有独特“中式美”的国度，在此基础上，那个国度里要有中国式的仙人、神话等等。多插一句题外话，在纵聚合轴上形成对比的是其他非“璃月”的国度，它们因为自身的“非璃月性”映衬“璃月”身为“璃月”的事实。因此，在横组合轴的层面上，他们“主要”参考范本就只能是中国文化。他们汲取中国山川水域的自然、人文特征，融合游戏所需要的风格化表达完成景观符号的构建；在音乐符号上选择运用中式民族乐器为无声的场景填补听觉上的音乐印象，景观符号与音乐符号相互交织，实现了位于璃月底层的自然符号世界建构。如果说前面二者联合，完成了璃月世界符号自然面的拼接，那么在此基础上，创作者们虚构了相应的社会结构、社会治理组织、虚拟节日等设定，为人物关系的生根发芽埋下种子，游戏人物经由拥有相对应的人物设定（涉及到社会身份、个人身份、性格特征），开始产生社会性互动，一个虚拟社会脉络拥有了流动的血液，自此完成了璃月世界符号的社会面组建。随着自然面与社会面的联合，剧情文本才能拥有顺利延展的“空间”。

从微观层面出发，每一种类型的符号甚至每一个符号都经由“像似”与“改造”的过程完成横组合轴的固定，最终折射到“象征”的纵聚合轴之上。结合景观符号、音乐符号涉及的景区联动集、璃月音乐集以及幕后创作集中的璃月音乐幕后篇进行阐释，创作者通过“模拟”桂林、黄山、张家界等中国自然风貌与凤凰古城、龙门客栈等人文建筑，创造出渌华池、荻花洲、绝云间、天衡山、望舒客栈、璃月港等符号，在横组合轴上进行不同区块之间的组合，最终实现了纵聚合轴层面上璃月自然、人文景观的构建。他们还运用笛子、古筝、琵琶、二胡、中胡、三弦、阮、箫等中式民族乐器，创造出一首首指向不同场景的背景音乐，在横组合轴上根据创作者对游戏场景刻画的需要进行分配与组合，“指示”性地用不同的音乐曲目去代表不同区域的音乐印象，为原本无声的世界符号增添中式韵味。当这片土地上拥有了山岗与清风、竹叶与流水、

中国知网 https://www.cnki.net

动物与植物，生活其中的人物就有了立足之处，人物拥有了立足支点后，创作者们即可安排不同人物对应的社会身份与个人身份。联系第二章的服饰、动作、神话符号，我们能够更深刻地体会到一个游戏角色受到纵聚合轴的设计理念影响，经过多种符号横组合而成。以魈举例，在人物设计之初，设计师们通过人物设定的方式实现纵聚合轴的定型，纵聚合轴的确定意味着符号选择范围的限制，因而在神话、服饰符号上，代表佛教的佛珠、降魔杵；代表民俗文化的傩面形成横组合，形成魈独特的人物外观设计、折射出魈的神话原型。如果说魈侧重于“象征”路径的纵聚合，那么申鹤则侧重于“像似”路径的横组合。她在服饰效果上极尽贴合白枕鹤的外形特征，上身白下身黑形似白枕鹤上身洁白下身漆黑的色彩特点，青白色袖套与开叉后裙裾摆模拟了白枕鹤的翅膀与尾部特征。创作者们除了在单个景观、音乐、器物、动作、服饰符号完成纵聚合轴与横组合轴的符号双轴操作，还在虚拟的节日符号构建过程中实现了对真实节日仪式的模拟，璃月居民们经由祭英雄、放烟花、挂霄灯、回家团聚的流程组合，完成了对现实节日仪式的仿造，在最后的落点处实现了元宵节的理念方向上的靠拢。人物在社会活动过程中衍生出一系列的剧情文本，进而被定型为节日与传说符号，更好地体现位于纵聚合轴之上的理念要素。

创作者们首先完成游戏内部符号世界的搭建，然后再通过宣传视频的形式来实现游戏外部符号世界的构筑，二者是你中有我，我中有你的关系。如果将游戏外部世界视作一个空白符号空间，甚至可以把宣传视频也视作一个符号文本，创作者们将含有不同符号展演倾向的宣传视频进行横组合轴的联合，形成差异化的宣传视频类型，如同官方在宣传矩阵中自己分类的景区联动集、璃月食集、幕后创作集等，最终所要达到的效果是在纵聚合轴上利用宣传视频作为桥梁，链接至游戏内部符号世界，这座桥梁通过不断施工（更新不同类型的宣传视频）逐渐在受众脑海中完成外部符号世界的搭建。

3.2 宣传视频的中国文化符号叙事分析

3.2.1 叙事主体：内叙事者为主，强化符号展示性

在叙事学语境下，叙事者由内、外叙事者组成。内叙事者通常为文本中可视的叙事者，如文本中的主人公；外叙事者所指的是外层文本的叙事者，如影片的旁白等。作为本文研究对象的宣传视频矩阵，不同类型的宣传视频的叙事主体主要为内叙事者，采用内叙事者为主轴能够令叙事节奏流利顺畅，能让观

中国知网 https://www.cnki.net

众接收信息的整体难度较低。

景区联动集的黄龙、桂林、张家界篇，视频叙事的铺展采用的是“接力棒模式”，在不同的节点画面中心跳出类似于章节词的引导文本，随后由游戏场景美术负责人、场景原画等游戏公司工作人员与当地博物馆或相关地区研究学者等文化工作从业者接力，以他们的讲述展开景观符号在游戏中如何汲取现实场景引发的灵感、如何将现实风土改造成符合游戏化呈现的样貌。例如，桂林篇开幕即是《原神》的场景美术负责人海地，阐述了开放世界里的“人文”因素，他认为自然风貌是开放世界的基础，玩家体验与人文要素塑造的沉浸感息息相关。后续接着人文氛围如何塑造的话题前进，场景原画强鸽介绍了她眼中的桂林山水与之承载的艺术美、艺术想象、艺术情绪。桂林博物馆馆长为我们讲述了桂林地理位置、建筑文化，桂林市文化和广电旅游局调研员认为美丽的桂林山水与游戏存在接合之处，可以将桂林最美的那一面融入到游戏当中，呈现在世人面前。紧接着切入到具体的“符号制作场景”，此时荻花洲作为被展示的符号主体，其核心是创作者们所修改后的桂林山水的艺术形象，边沿由众多创作者们所认为的、能够浓缩表达其艺术想象的细节符号所组成，如芦苇荡等等。换言之，此时的景观符号主体处于“解剖”状态，叙事主体为符号的创作者、参与者们，他们展示了如何将景观符号解构、重组、完善的整体流程。

幕后创作集中的音乐、云堇、若陀龙王创作幕后与景区联动集近似，主要由内叙事者推动视频进程，通过视频内部的讲述者们接棒交代璃月地区音乐、游戏角色云堇、若托龙王的设计理念与流程以及过程中遇到的问题与挑战。宣传非遗文化——内画、木版年画的两集视频则融合了内、外叙事者，内叙事者是非遗文化传承人，借由他们之口，讲述内画、木版年画的基本制作过程、学习这门手艺的引路人或特殊经历，旁白穿插于他们的讲述中间，负责部分技法工艺、内容过渡的陈述。器物符号在视频中逐渐由零生成，观众不仅能看到现实器物的诞生，还能进一步了解罕见的非遗文化。

璃月音乐集包含三个宣传视频，点开视频后画面维持静止，只剩下随时间变化自动变化的音乐曲目，“溶解”于音乐曲目中的音乐符号即叙事主体本身，视频制作者将不同的音乐曲目按照璃月场景进行编排。在不同序列的音乐集中，我们能够窥见创作者们的巧思。例如第一张专辑 Disc 1，从音乐曲目名称上分析，我们的音乐之旅从璃月城启程。从璃月、璃月的商港、北国银行、凭栏远望的高楼，体味璃月一天日出、黄昏与静夜。随后出城，行进至望舒客栈及其周围的野外，体会植被茂盛、多水柔情的原野与河流，偶尔穿过竹林还能听到狐狸等动物的嚎叫声。每首乐曲作为音乐符号既是独立的、指向其意愿中想要营造的场景，又是整体的、指向璃月自然世界符号。深入到音乐符号内部，它

中国知网 https://www.cnki.net

们通过中式乐器与西方管弦乐的交融，实现了“工具意义”上的符号化，利用饱含中国文化色彩的乐器“工具”，刻画了中式韵味的场景。换言之，单个音乐符号除了完成自身意义呈现的同时，还在按照人为设定的逻辑顺序传达璃月不同场景的音乐性，最终实现整体性的璃月场景音乐符号建构。

璃月食集的三个宣传视频兼有内、外叙事者。三个视频的共通之处在于开篇动画结合旁白引入，引入完毕后镜头转入到现实场景，此时旁白完全消失，剩下的视频时间里只留下制作美食的厨师按照既定工序一步步处理食材、组合食材、完成菜品。在寻味之旅的第二期——金丝虾球篇，视频开篇由外叙事者以英文旁白的文本辅以 2D 动画介入，梗概为金丝虾球是璃月美食的代表性食物之一，哪怕是游戏内的玉衡星刻晴也为之倾心。随后镜头由 2D 动画切换为现场实拍，此时旁白文本作为第一个叙事主体完全退出，现场实拍镜头开始跟随着厨师，厨师作为能动主体，身上亦有不少中国文化符号的影子，例如着衣上是中式马甲，一字型竖扣为盘扣，具有相对明显的中国特色，但由于其并不是宣传视频的展现主体，因而在美食符号中不过多描写。厨师将金丝虾球这个美食符号进行了现实与意义上的“组合”，通过对真实食材如虾、土豆、粽叶的处理，最终完成了金丝虾球这道佳肴。金丝虾球在某种程度上算得上是暗线的“叙事主体”，在宣传视频开头我们就清楚知道要制作金丝虾球，视频延展的过程是探索性地将金丝虾球组合的过程。作为美食符号的金丝虾球，它既是叙事推演的终极目的地，也是叙事前进的线索，过程中由无数细小的符号联合。简言之，璃月食集遵循这样一个套路，在旁白引入结束后，叙事主体由旁白交接到厨师手上，而厨师制作菜品的过程本质上是将美食符号“重新组合”的过程，这里的组合不仅仅是现实物理意义上的食材内容组合，更是完成美食符号文化建构的组合，让观众与厨师一同“达成”一道“成型”的美食。

剧情回顾集中的《人间至味》《余音萦心》《长生》均体现了外叙事者的叙事特点，以旁白结合视频画面缓缓讲述剧情，将三个故事的悲情、感人的情感氛围细细描绘。《人间至味》主要讲述了炉灶魔神马克修斯屡次奉献自己，先为璃月先民带来炊烟、后为它们平息大地之灾害，旁白以动人、活泼的情绪表现魔神爱人至深的性格色彩。此时参与叙事的符号不仅仅包括主要角色魔神马克修斯（融合了中国灶神与西方神秘学七十二魔神柱的角色），还浓缩了与灶神近似的、普爱万人的传说文本符号。旁白所拉远的距离感与本就是远古传说形式的传说文本符号相得益彰，如同一位老者在篝火旁徐徐讲述陈年往事，与传说文本符号自身神秘、遥远的文本特点紧密融合。《神女劈观》和《唯余旧忆》则采用了游戏内动画的语音原声，由游戏角色之口推进相应的剧情。《神女劈观》揉合了文学典故中的烂柯人文本，借由云堇之口讲述了申鹤从前的悲惨经历，

中国知网 https://www.cnki.net

由不被父亲重视、被乡民献祭与魔物、偶然击败魔物并结仙缘，多年后再回故地发现曾经的一切已成残垣败瓦，带有显著的悲剧文学色彩。通过直接使用游戏内动画的语言原声，强化了人物符号、文本符号的接近性，营造出一种直观地体验叙事文本的氛围。总言之，剧情回顾集主要经由剧情文本、人物关系、人物演出互动令传说符号在不同的叙事主体推动下强势生成。

人物演示集与特殊动画集在叙事主体上均为内叙事者，内叙事者主要是游戏人物本身，好处在于叙事主体的唯一性令受众将视线聚焦于人物，人物展演过程中的动作、服饰、神话符号得以一览无遗，不同类型的符号组合后形成具象化的人物运动，呈现给观众整体性的人物符号。在刻晴的宣传视频中，我们能够跟随刻晴这个人物主体，观察刻晴本身的人物个性、设定等等，此番观察都是基于刻晴作为叙事主体所占据的大量展演篇幅所得到的。如刻晴身上的配色主要为典雅的紫色，罕见的孔雀花、鸾尾花纹表明了刻晴骨子里依旧是一个爱美、注重细节的女生。她同时肩负着璃月玉衡星，主管土地与建设的社会身份，雷厉风行的动作与话语与其社会身份是完整统一的。一个个独立的人物符号完成建构后，不同的人物符号互动为蕴藏着节日符号的剧情文本带来“肉”的填充，使得原本空洞的节日仪式内部拥有了“活动物”。在《明霄幻梦》的宣传视频中，胡桃、七七、香菱、刻晴、甘雨等璃月角色尽数出场，随着他们于海灯节的游玩展开，正是因为对于他们单独个人的宣传刻画是到位的、他们同属于璃月势力范围下，并且在他们之间存在着良好、密切的社会关系，他们齐聚一堂看灯逛街才会如此顺理成章。海灯节作为元宵节的游戏化展演符号，有赖于前期不同角色宣传视频的累积，观众才能够深入体味海灯节带来的团圆、热闹的氛围感。简言之，上述两类宣传视频在叙事主体层面相近，主要依赖角色符号本身进行叙事内容的推进，为受众更深入地了解角色以及他们所处的社会环境给予了足够的刻画。

3.2.2 叙事视角：内视角为主，深化符号亲近性

在法国学者热奈特眼中，叙事视角只分为：全知视角、内视角与外视角。申丹指出，热奈特的叙事视角三分法缺乏对第一人称叙事视角的进一步细化，模糊了内外视角的边界，她提议应该将叙事视角区分为：无限制型视角、内视角、第一人称外视角与第三人称外视角。①从数量而言，本文研究的宣传视频采取内视角为多数，少数宣传视频使用了纯粹的无限制型视角、无限制型视角与内视角结合的方式。

① 申丹.视角[J].外国文学,2004,(03):52-61.DOI:10.16430/j.cnki.fl.2004.03.011.

中国知网 https://www.cnki.net

纯粹采用无限制型视角的宣传视频包括璃月音乐集、璃月食集、特殊动画集中的《原神》风物集短片-璃月篇与《明霄幻梦》、剧情回顾集中的《人间至味》和《长生》。无限制型视角给叙事内容的调度带来了极高便利性，这一类视频特征在于所展示的符号需要"摆放与组合"，画面或声音的调度权极大地掌握在创作者手上，正如璃月音乐集，音乐符号被创作出来之时带有显著的"指向"色彩，究其原因是在创作流程上，音乐符号本质上服务于场景和场景意图表现的观感特点，但如何组合成一个成体系或有逻辑序列的宣传视频有赖于创作者们的编排。此时创作者自身的想法作为理念上的"纵聚合轴"，指导着音乐符号的"横组合"。得益于无限制型视角的优势，创作者们设定璃月音乐的第一集起点是璃月城内（尽管在实际游玩体验中，璃月作为第二个开放的国度，它并不是玩家参与游戏体验的"第一个"国家。所以实际上，玩家不是"从"璃月出发，而是"去"璃月）并由此发散至璃月不同的区域音乐中。受众能够通过第一集的前十首音乐，体味璃月的一天及其城内的商港、北国银行、琉璃亭等标志性地点，从而整体感受到璃月繁华荣盛的特点。以璃月音乐集为例，我们得以窥见，无限制型视角的选用体现着创作者们对不同类别符号叙事的整体性安排，在创作意图上希望通过全知化的视角优势，引导受众的符号体验。

融合无限制型视角与内视角的宣传视频主要是景区联动集、幕后创作集中的内画篇、木版年画篇，他们在影片类型上十分接近纪录片，如内画篇，创作者们以旁白切入非遗文化内画，介绍这门文化的传承现状与传承人，镜头跟随传承人辅以旁白科普内画的制作工序，中间穿插传承人自己的讲述，既相对客观地记录了器物符号的创作历程，又为手艺传承人讲述其人生经历与该门手艺产生连接的原因留下阐述空间，更为深刻地展示了器物符号与其背后的创作者们的故事。使用双重视角的优点在于视角互补，旁白在展演内画符号之时所携带的感情色彩是冷静客观的，然而文化若缺乏人的深度参与则显得缺乏温度，以手艺传承人的视角补充内画的发展历史、工艺技法以及其个人故事，实际上在为器物符号做情绪、品牌价值上做加法。对于器物符号而言，它的叙事十分依靠外来者、制作者的宣讲，换言之，其身上蕴含的复杂象征与艺术价值需要他者来阐述与佐证。借由对内画篇的解析，我们能够将融合视角与其相对应的符号叙事特征所联系推广，无论是景区联动集、抑或是幕后创作集中的非遗文化产品宣传视频，对其符号叙事的核心在于揭露其意蕴的丰富、制作的复杂，手段则是通过客观性地陈述符号的形象特征，又加入主观性地展现符号创作所需有关人的理解、创造的过程。

选用内视角的宣传视频集中于人物演示集、剧情回顾集的《神女劈观》《唯余旧忆》《余音萦心》、特殊动画集的《庆佳节》。内视角为需要充分展示人物符

中国知网 https://www.cnki.net

号细节、塑造人物形象提供了发挥空间，这一类视频特征在于，创作者们希望视频所要聚焦的符号与观众“同行”，人物与观众的同步卷入到“危险”事件中，以其独特视角去面对、解决问题，本质上，这是经由设置含有障碍的剧情文本实现符号的“深描”，增强观众对于作为整体符号的人物好感度与共情度。人物本身承载着神话、服饰、动作等众多复杂、玄妙的符号。作为平面化的宣传视频，只能将不同种类的符号密集地组合于人物本身。以胡桃的人物演示宣传视频举例，开篇为两个盗宝团成员拿着藏宝图夜里上山寻宝，被夜里巡山的胡桃打发吓跑了，随后紧接着是愚人众成员打扰胡桃送走孤魂的仪式，胡桃直接选择打跑了他们。胡桃的本职工作是守护阴阳平衡的往生堂堂主，打跑盗宝团与愚人众是为了彰显守卫逝者坟墓、保护逝者平安转生的身份职责。剧情上的叙事只能辅助交代胡桃这名角色的形象，真正能够彰显角色内核的符号则溶解于人物的外表、行动逻辑中，例如胡桃身上有关道教的符号元素深刻地反映了胡桃对于生死、阴阳的理解，直接作用在显性的行动逻辑之上，这是能够通过剧情以及人物服饰等外显性文本符号进行拆解。换言之，内视角能够通过受众与叙事主体的“同行”体验视角，引导受众了解人物形象以及其行为动机，而人物作为整体性符号所承接的各类符号，只有在受众对其深入了解后才能逐渐析出，加深受众对该名角色的喜爱度。

3.2.3 叙事时序：顺叙为主，增强符号易读性

叙事时序是叙事学中另一个重要概念，它聚焦于叙事时间与故事时间之间的关系，可分为顺叙、倒叙以及预叙三种。顺叙的叙事逻辑简单，观众接受信息的过程平铺顺滑；倒叙讲求结局先行，一般能够为充满悬念的结局在前，后续跟随叙事主体的视角步步展开；预叙较为少见，它是将情节发展中未来的事预先插入到现在的节点进行叙述。结合本文研究对象，宣传视频主要具有顺叙为主，倒叙为副的叙事时序特征。

完全采用倒叙的宣传视频为景区联动集、幕后创作集中的音乐、云堇、若陀幕后，它们的统一特征为被展示的景观、音乐、人物符号已然完成，以采访创作者的形式逐步进行，循循善诱地告知观众该部分符号形塑的经历，带有显著的“说明书”观感。例如幕后创作集中的云堇篇，创作团队围绕云堇这个整体人物符号，从其人物立项、设计理念（包括其人物关键词、在璃月的社会身份、人物个性）、服饰参考（涵盖参考现实戏服、配色选择）、3D 模型制作（交代了其服饰细节部分在游戏内部遇到的展演问题以及后续的解决方法）、动作设计（汲取戏曲文化中的部分经典动作如亮相、踢枪等等），可谓是披露了完整的

中国知网 https://www.cnki.net

人物设计链路。从叙事学视角来察看，倒叙非常适合回顾性叙事结构的文本，作为整体性展示的符号被细致地拆解成一个个独立的“章节”，不同章节中可以容纳不同的二级符号进行呈现，为完整地阐释设计理念等较为抽象化的视频文本营造相对平缓舒适的叙事节奏。

结合顺叙、中间辅以部分倒叙的宣传视频为幕后创作集中的内画、木版年画集，剧情回顾集中的《唯余旧忆》《神女劈观》、人物演示集中的钟离与魈两部。该部分的视频特征为镜头跟随着画面讲述现在的时间，中间插以部分的倒叙，以过去的经历丰满人物或情节。以钟离的宣传视频举例，视频开篇是钟离在茶馆中听说书人讲述过去岩王帝君的传说，随后画面聚焦到钟离拿起茶杯的动作，落点于钟离深邃的眼神，画面随之闪回至云海之中，展现钟离拔除魔物的画面，在铲除魔物的动作展现过程中，我们得以一窥钟离身为璃月地区最后存活下来的魔神的信念——不忍天下苍生受苦，要还璃月一个朗朗乾坤，这无疑丰满了钟离的人物形象。钟离作为璃月地区的神明，其所执着的“契约精神”、“敢为天下先”、“心怀苍生”等信念特点，实际上展现了中国千年积淀下来的历史、人文文化中极其精华、美好的那一部分。从说书人的讲述跳转到钟离的回忆，两种叙事时序的拼接能够突出钟离身上厚重、沉稳的人物弧光。简言之，采用这种融合的叙事时序的宣传视频符号主体一般有着较为沉重的过往，辅以部分插以倒叙能够将强化所要展演的符号主体的历史厚重、沉淀感，揭示或提升符号本身所含有历史人文情怀，将视频主题进一步升华到更高的价值意涵。

整体选用顺叙的宣传视频为大多数，它们分别是璃月音乐集、璃月食集、除去钟离、魈的人物演示集、剧情回顾集里的《人间至味》《余音萦心》《长生》、特殊动画集。在香菱的宣传视频中，镜头跟随作为叙事主体的香菱，我们可得知香菱是万民堂卯师傅的女儿，从小热爱料理与烹饪，她在厨房习得父亲一手亲传后不断地积极思考如何拓展璃月菜的边界与可能，为此遍寻璃月地区寻找不同的食材，爬山、渡河、在野外取得食材后就地烹饪研发新菜。在此过程中，我们能够较为完整地察看香菱作为一个整体的人物符号身上的服饰、动作等二级符号，同时还能了解其人物设定与行为逻辑，视频整体文本、节奏的推进表现十分平滑，并未存在过多的理解困难。该部分宣传视频选择顺叙的叙事时序能够直截了当地令受众随叙事主体体验他们所经历的、正在发生的事件，强化了其现在进行时的“参与感”，整体观影过程中的信息接收难度较低，叙事节奏较为平缓，浅显易懂地展现作为叙事主体的整体性符号的各方面特征。

中国知网 https://www.cnki.net

第 4 章 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播启示

经过第二、三章对符号本体的符号拆解、符号组合逻辑与叙事特征分析，本章将综合上述两章内容对国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播归纳亮点、不足、优化路径，为后续国产游戏宣传视频的文化出海贡献一份力量。

4.1 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播亮点之处

综合上述三章的详细分析，本文认为《原神》海外官方宣传视频的中国文化符号传播有以下亮点，对国产游戏企业的海外宣传有一定的参考意义。

首先是宣传视频矩阵建构了一个相对完整的符号世界，构筑一张较为完善的社会关系网络。第三章第一节，针对中国文化符号的组合逻辑已然作了较为详尽的分析，最后得出的结果是宣传视频矩阵受游戏内部符号世界的影响，在游戏外部同时做功，建构了位于游戏外部的符号世界，这两个“璃月”在某种程度上是“不一致”的，因为宣传视频矩阵只能是游戏内部“璃月”的一池倒影，但仅以宣传视频构筑符号的“复制性”忽视、贬低其存在价值未免太过，毕竟它始终发挥着吸引玩家参与游戏、引导玩家为游戏付出更多资金成本、打造企业良好的品牌形象的作用。在第二章的服饰、神话符号解析时，本文根据社会关系亲疏对不同人物之间进行了归类整合，可见宣传视频描绘了璃月内部较为完善的社会结构、关系脉络。权势最高的国家管理团体——璃月七星，不同的角色负责不同的社会功能板块，例如游戏角色刻晴主管建筑与施工，游离于外延、松散的仙人联盟，他们是神治时期的“遗孀”，然而一直默默无言地选择守护璃月，例如游戏角色魈，一直致力于降妖除魔，未曾歇息。二者在引导一个虚拟社会前进发展、维护居民安居乐业的权利起到重要作用，另一方面，这可以视作中国传统文化延绵数千年的政治意识缩影，无论政治权力如何更迭，最终还是要回归到政治局面稳定、百姓安居乐业的生存原点。在中、下区层，我们能看到各种各样的“行当”。万民堂餐馆老板的女儿——香菱，她在外四处闯荡，为了创作出各式各样的符合大众口味的菜肴；不卜庐里治病救人的白术和七七，他们服务于生病的璃月居民；乐于打抱不平、维护公正的律法咨询师烟绯，在契约繁多、商业繁盛的璃月港内帮助弱势群体；云翰社的当家——云堇坚守传统璃月戏（以京剧为原型的虚拟戏种）的同时却也怀有别样心思，进入到人治时代，想要创作更多跟人相关的璃月戏，还有目前暂未被大众认可的独立摇滚歌手辛焱，她与云堇走得很近；负责送别逝者的往生堂里还有堂主胡

中国知网 https://www.cnki.net

桃与客卿钟离，他们不避讳生死，熟悉所有的丧葬惯例，为逝者最后体面的离开付出努力。宣传视频刻画的人物内定关系相互勾连，展现了璃月社会的人间百态。

其次是宣传视频矩阵包含了多种类型的宣传视频，兼顾商业性与文化性。经过前两章的详细分析，景区联动集、幕后创作集中有关非遗文化的内画、木版年画篇体现出文化性与商业性的双重融合。景区联动集不仅揭示了游戏内场景如何吸收中国自然风土特征、抽象化为游戏内不同板块内容的过程，还与在地景区发起联合活动，呼吁用户多向外走、领略中国大好山水。幕后创作集的内画、木版年画篇将游戏场景与情节融合至中国非遗文化器物之中。非遗传承人一步步仔细地展示非遗文化作品的工艺流程、制作技法，为原本就极难接触到中国非遗文化的海外受众提供了差异化的观影内容体验，总体上起到了宣传中国传统文化、完善中国文化形象的作用。如果说前两者都是显性的宣传举措，那么在人物演示集、剧情回顾集、特殊动画集中埋藏的细小的文化符号一点一滴地形塑着观众心目中独特的中式审美意象。观众能够通过《明霄幻梦》《庆佳节》了解、体验到海灯节怎样度过，海灯节模拟元宵节的节日流程以及节日特征（放烟花、挂霄灯等节日行为）在潜移默化中于游戏内外同步构建了观众对海灯节的节日印象，更为观众后续了解中国传统文化节日留下一扇大门。

再者是宣传视频矩阵汲取了中国多种宗教、民俗、传说等传统文化元素，彰显了独特的中式审美。中国本土的佛教、道教、民俗文化蕴含着丰富的符号资源，创作者们将其多种带浓厚宗教、民俗色彩的符号应用于角色设计之上。例如在人物原型设计上，胡桃、七七两名角色的塑造在某种程度上是基于中国传统丧葬习俗文化传统的深描，结合了丰富的道教元素；申鹤、魈在另一位维度上也可看作对道、佛教文化的丰富阐释，将符箓、护法夜叉等具有浓重宗教色彩进行相当程度的“风格化演绎”。在人物服装设计上，降魔杵、佛珠、傩面、符箓、阴阳球、圆形方孔钱等携带特殊中国文化意蕴的符号即便单独拧出也存在充沛的解释空间，它们经过一定的改制、融合进角色服饰，成为了或暗示、或凸显角色宗教色彩、背景故事的重要线索。除此以外，创作者们还在剧情回顾集的剧情文本上吸取了大量民间传说文本，经过系列改编——保留传说文本的故事结构、精神内核、乃至特殊的剧情细节再创作出饱含中式想象的剧情。以国外大型系列游戏如《战神》等为例，创作者吸收本土宗教、民族、传说应用于游戏并不鲜见，问题是部分买断制的大型游戏的制作周期较长、玩家往往是集中某个时间端完整地体验一个闭合的故事。《原神》作为非买断制游戏的特点在于更新周期固定、生命周期较长，借由改编本土神话形成独特的文化审美与输出的途径依然具备一定的可行性，但无疑这需要久久为功。

中国知网 https://www.cnki.net

国产游戏文化出海之时，首先要解决的就是“文化定位”问题，中国宗教、神话等传统文化元素成为了它们寻根、立足的重要符号资源。从宣传视频侧出发，目前的国产游戏文化出海仍然需要补足，不仅仅在游戏内部形成对应的文化生态、展现文化特长，更需要在游戏外部创作一部部联系紧密、可供解读的宣传视频用以阐释自身。

4.2 国产游戏海外宣传视频的中国文化符号传播不足与优化

尽管本文花费了大量篇幅展现《原神》官方海外宣传视频的中国文化符号详情以及符号叙事特点，但它们并不是完美无缺的，相反，宣传视频的不足之处依然比较明显，在此针对其不足之处提出相应的优化路径。

首先是宣传视频存在内容组合不完善、叙事策略较单一的弊病。内容组合不尽完善主要表现为以下方面。以人物演示集为例，璃月的角色并未得到完全展示，较早在游戏内实装的部分角色缺少对应的角色演示集，像是凝光（璃月七星中的天权星）、北斗（南十字船队头领）、行秋（璃月港飞云商会的二少爷）、重云（驱邪世家的子弟）。补足他们的角色演示集能够在一定层面上将现有的璃月社会关系描绘得更为具体，尤其是凝光在璃月地区所承担的社会职责可以称得上举足轻重，但或许由于其不是主要创造营收的璃月角色、又或许是因为她推出的时间比较久远，对应的角色演示集并未出现在《原神》频道当中。他们身上也展现了许多中国文化符号，在实现游戏内、外部的“璃月”符号世界构筑上十分重要。此外，针对璃月地区的景观、音乐、重点角色的幕后创作集仍然具有持续丰富的价值。这一点就曾体现在魈这名角色推出之时所引发的争议。起初网络上一直争论魈的面具到底是不是日本古典舞台剧中的“能面”，直至官方下场发布《开发者共研计划第四期——角色篇 01 丨护法夜叉·魈》，由官方分享了魈面具的设计灵感来自我国民俗文化中的傩面，这场争论才画下了休止符。受限于创作周期与成本，也许不是每一个角色都能像云堇、若陀一样在公司内部议程上拥有对应的宣发重要梯级，并不能针对每个角色拍摄一期长视频分享他们的创作思路，但是官方可以通过更新《开发者共研计划》栏目，以图文的方式简单分享角色的创作思路以及中间所参考的中国文化符号。这无疑在对外宣传上具有极大的战略意义，一方面能够展示角色的文化符号根源，另一方面对于建构良好的企业品牌形象也大有裨益。

其次是宣传视频叙事视角、时序相对单一的问题。宣传视频基本以内视角、顺叙为主，缺乏一定的叙事纵深。平铺直叙的叙事策略当然能够在最大效度上减轻观众的认知难度，但是也在长时期内消弭了观众在观影体验上的乐趣。与

中国知网 https://www.cnki.net

此同时，部分宣传视频的叙事套路老旧、所遵从的叙事模式十分固定，角色演示集的“三幕式”结构较为明显。第一幕展现角色的姓名与社会身份，第二幕切入角色在野外或意象中与坏人战斗以呈现其动作、技能语音等细节，第三幕视频结尾往往是平定敌对势力后的角色独白。叙事视角的体验改观或许要等待观影载体的革新，例如 VR、XR 的应用能够解决叙事视角单一的问题，但是假如要改革叙事结构方向上的积病，仍需要文案策划以及动画设计等人员重新思考艺术呈现形式（包含文案撰写、动画展演等多个方面），这一改变实际上关系到创作思维的革新，因为这需要突破“模块化设计”的思维模式，付出更多工作人员的时间与精力。“模块化设计”是一把双刃剑，它一方面确保了整体制作思路的统一、制作流程的简化，但另一方面却难以给予受众全新的体验，细心的受众必然会发现其“标准化”生产的痕迹，自然会损害宣传视频在受众群体面前的期待值与影响力。

再者是宣传视频的制作细节包含字幕、内容切换提示缺乏独立呈现。例如与地图设计紧密相关的景区联动集、涉及非遗文化的幕后创作集，两个类目的剧集包含了大量的中文对话，却缺乏来自官方自翻译、校准、上传的字幕，深度依赖 YouTube 平台自带的字幕翻译功能，将中文对话翻译成平台观众自设定的所在区域语种，这无异于在极大程度上将意义准确传达的权利交付到第三方平台手上。平台自身的自带翻译水准尚且能够满足低复杂度的口头表述，那么类似幕后创作集中的云堇创作幕后提及的“唱词”（如唱词中文“曲高未必人不识”）、若陀创作幕后谈到的战斗音乐大量出现的古文式歌词（如歌词中文“君常违兮 国隳芜”）的翻译难度自然不是平台机器算法倾向的“直译”所能解决，这部分文字内容作为展现角色形象、交代故事背景的重要板块，具有独特且深刻的中式意蕴，理应在上传视频时由官方负责提供对应翻译内嵌至视频，即便不能满足不同国家受众的全部需求，做出各个不同的语种版本，但至少应该内嵌适用范围广泛、实现“信达雅”的英语文本翻译。为部分艰深晦涩的中文文本配置便于理解、尽可能贴近表达原意的辅助文本，这应该是帮助国外受众更好地理解中国文化的重要方式，而且这条帮助路径的主动权本应掌握在制作方手中。正因为这部分内容在官方层面的缺失，该平台上还出现了专门的“中译英”视频，由部分认识中文的外国视频博主上传他们理解后的《神女劈观》唱词、若陀战斗音乐的英文分析。另外，部分视频的内容切换提示缺乏标注，集中表现在璃月音乐集的三集，不同音乐曲目进行切换时，视频缺少相应的歌曲切换提示，观众甚至不能明确知道这首歌什么时候结束、下一首歌什么时候开始以及这首歌名是什么，只能通过视频简介大概知道这一集收录了多少首背景音乐。这些视频制作细节算得上一定程度的瑕疵，瑕疵犹在，不去更改逐渐积

中国知网 https://www.cnki.net

累，将会影响宣传视频的传播力。优化这一问题至少需要视频制作、审核团队对视频自身瑕疵的重视，其次需要腾挪出足够的翻译工作人员、视频制作人员完善对应内容的填充，这意味着在公司层面加大宣传视频的人员精力、制作资金的投入量。

最后是宣传视频矩阵的划分可以更为精细。像是联合非遗文化的木版年画、内画完全可以独立成一个系列的剧集，而不应该收录在幕后创作集中，该部分宣传视频在国内发布时的名称前缀为“流光拾遗”，鉴于其内容的独特性，最好应该将其独立成系列，毕竟后续还会持续进行更新。同时，部分宣传视频并未完全归入相应集类，正如景区联动集中的张家界篇并未纳入对应的系列集中。这一点仅需内容创作者们稍加修改，调整对应的宣传视频即可解决。这实际上是在为受众系统地浏览宣传视频、拥有良好的浏览体验做功。

中国知网 https://www.cnki.net

第 5 章 研究结论、不足与展望

本章将对此次研究浓缩归纳出相应的研究结论，再根据本文写作过程中所遭遇的切身问题、收获的真实启发，反思研究存在的不足，展望未来可供深入研究的方向，以企能够帮助到志同道合的研究者。

5.1 研究结论

本文以符号学解析为主，辅以影像叙事学指导，将 YouTube 平台上《原神》海外官方宣传视频视作研究对象，整理、归纳不同类型宣传视频，挖掘其中蕴藏的中国文化符号的呈现与叙事特征。此次研究从静态、动态两个研究视角出发，从静态视角——单个符号文本出发，着重于由景观、美食、器物、动作、服饰等符号组成的视觉符号以及由节日、传说、神话等符号组成的神话符号的深度发掘，兼以听觉符号的浅要解析。在此基础上，本文顺势转入动态视角，探究研究对象采用的符号叙事策略。

研究发现《原神》官方海外宣传视频是展现游戏内部符号世界的重要介质与抓手。从宏观层面出发，创作团队首先在理念层面决定了璃月是一个参考中国传统文化的国家，其次经由景观、音乐构筑起游戏内容自然符号世界的基底，借由一定社会框架、关系下的游戏人物为主体彼此互动进而衍生出社会符号世界，从自然、社会双轨建构一个较为成熟的符号世界，宣传视频从不同维度、不同展演主体刻画多方位的内部符号世界，实现游戏外部符号世界的形塑。从微观层面而言，本文聚焦到不同中国文化符号的呈现与叙事。在形塑诸如景观、美食、器物、人物、音乐等符号时，主创团队不但积极汲取了中国本土自然风貌、音乐、宗教、民俗、服饰等各个方向的符号元素，还主动拥抱多种文化、艺术形式的风格化融合，实现符号设计的多样性与新颖性。如果说主创团队对于符号建构的操作大胆直接，那么在宣传视频的叙事表达上则显得十分谨慎。他们将静态符号安插入动态叙事的策略倾向力求层次鲜明、浅显易懂，层次鲜明是指不同类型的宣传视频分门别类的意识极为显著，浅显易懂是指主创团队在宣传视频上不会追求使用复杂交错的叙事逻辑与结构，采取简单直接的叙事策略，最大程度地展现团队理解下的“中式美”。

中国知网 https://www.cnki.net

5.2 研究不足与展望

论文的不足之处在于只择取了宣传视频主体进行解析，并未对下列的评论进一步观察宣传视频所造成的受众效果；另外，由于本人学科知识的限制，对于服饰、音乐、神话符号的探讨自然还存在着一定的疏漏，笔者希望本研究能够起到抛砖引玉的效果，即使本研究在对应专业的人眼中显得十分稚嫩、哪怕是存在错漏，但如果能引起更多研究者针对其所熟悉的领域下地探讨，也是本研究重要的价值之一。

《原神》作为一款面向全球、持续运营的在线游戏，目前的游戏进度快要接近尾声，旅行者已经走完了七个国家中的五个，尽管后续或许还有紧跟原神世界观的续作，但该来的告别依然不会晚来。得益于其持续运营的现实，未来的璃月港必然会更加繁华，璃月角色、地图、音乐依然会持续、不间断地更新。

游戏本体的寿命长短直接关联着宣传视频推出的多寡，面对势必愈来愈壮大的宣传视频内容，未来的研究仍需要往前迈进，未来方向将有哪些？在此，本人结合研究过程中的感悟分享以下不成熟的看法，谨供各位参考。

第一，未来研究在研究方法上能够持续优化。本研究采取质性的研究方法，假设未来的研究者们能够结合一定的量化研究方法，能相对客观地考察宣传视频对应的传播效果，想必也会是一项极具价值的研究。例如，本人曾经采用相关软件对宣传视频下方的评论文本进行文本爬取，发现存在许多有趣、深刻的评论文本，这部分文本的指向相当多样且能够反映一定的客观事实。受限于大多数评论文本并未直接针对“中国文化符号”，经过慎重的考量，笔者只能遗憾地放弃这一取向的内容。

第二，未来研究的研究视角、主题能够更多样化。经由上述第一点的阐释，将来或许可以针对宣传视频的评论文本分析虚拟国家形象、文化认同、文化空间生产等领域。转向不同领域后，研究视角上即可不再局限于符号学。通过引入更多元的、研究者自身擅长的研究视角，笔者相信能够催生出更多有价值的研究成果。

第三，未来研究的研究主体可以不局限于原神，兴许可以拓宽至不同游戏宣传视频的比较研究。目前国家政策对文化产业出海持有积极态度，未来肯定还会有更多优秀的中国游戏企业在海外收获更多的掌声，例如目前已经在海外引发广泛关注的国产游戏——《黑神话悟空》，它可能会是我国游戏史上能够排上名次的 3A 级游戏大作。未来的研究主体只会越来越丰富，研究中国游戏企业如何在中国文化议题上的理解与呈现，将会一个庞大的研究主题。

综上，笔者借助符号学、叙事学的理论资源，针对 YouTube 平台原神海外

中国知网 https://www.cnki.net

官方宣传视频进行了中国文化符号叙事方向上的研究，对未来中国游戏企业、海外宣传视频的中国文化传播提升有一定的借鉴意义。在未来的中国文化传播发力角色中，我们不应忽视来自商业化企业的奋进输出，一方面在政策上对出海文化企业给予一定的指导与优惠，另一方面在宣传路径上要与出海文化企业的形成输出合力，把握中国文化传播的关键节点，进一步找寻、打通不同文化背景下的意义共通空间，增强国家文化软实力。

中国知网 https://www.cnki.net

参考文献

中文文献

（一）期刊

[1] 胡杨,董小玉.游戏的人与游戏精神:移动社交时代的“游戏化生存”[J].新闻界,2017(10):73-77+102.DOI:10.15897/j.cnki.cn51-1046/g2.2017.10.010.

[2] 邓剑.中国电子游戏文化的源流与考辨[J].上海文化,2020(12):42-51+125.

[3] 何威.中国数字游戏对外传播的现状、路径与思考[J].对外传播,2021(02):44-47.

[4] 裴永刚，索煜祺.中华优秀传统文化走出去的创新路径探析——以数字出版中游戏出海为视角[J].出版广角,2022(15):47-52.DOI:10.16491/j.cnki.cn45-1216/g2.2022.15.009.

[5] 张帅，陈新进.国产游戏对外传播中国文化的现实问题与创新经验[J].青年记者,2022(24):72-74.DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2022.24.035.

[6] 曾培伦，邓又溪.从“传播载体”到“创新主体”：论中国游戏“走出去”的范式创新[J].新闻大学,2022(05):94-104+122.

[7] 冯鸣,童威.以网游为载体的中国传统文化输出研究——以《原神》云堇角色设计为例[J].新媒体研究,2022,8(12):87-90+110.DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2022.12.006.

[8] 郑天仪,曲茹.“游戏出海”与中国文化对外传播——以国产游戏角色“云堇”为案例[J].对外传播,2022(04):33-36.

[9] 王晓露.国产单机游戏《仙剑奇侠传》中“神话叙事元素”分析[J].大众文艺,2017(18):235-236.

[10] 包媛媛.中国神话在电子游戏中的运用与表现——以国产单机游戏《古剑奇谭:琴心剑魄今何在》为例[J].云南师范大学学报(哲学社会科学版),2014,46(04):86-91.

[11] 牛景丽,于丹.《仙剑奇侠传》的文化承载[J].黑龙江社会科学,2007(01):118-120.

[12] 朱玥玓,于延,闫欢.国产游戏中的中国元素融入[J].黑龙江科学,2015,6(07):52+31.

[13] 刘姝秀.游戏环境下的中国文化输出探索——以《原神》为例[J].科技传播,2021,13(08):112-114.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2021.08.040.

[14] 张妍,李金昊,赵宇翔.文旅融合背景下国产游戏创新与推广的模式探索：基于《原神》的案例分析[J].图书情报知识,2021,38(05):107-118.DOI:10.13366/j.dik.2021.05.107.

[15] 郑珊珊,曹玥.中国元素在游戏中的跨文化传播浅析——以《狄仁杰之锦蔷薇》为例[J].新闻传播,2020(10):29-30.

[16] 郭璇,徐欣怡.中国移动游戏“出海”的机遇和路径[J].未来传播,2022,29(05):91-99.DOI:10.13628/j.cnki.zjcmxb.2022.05.012.

[17] 胡红一,王萌.浅析《神女劈观》对中国传统戏曲借助游戏传承发展的启示[J].美与时代(上),2023(02):116-120.DOI:10.16129/j.cnki.mysds.2023.02.023.

中国知网 https://www.cnki.net

[18] 董航维.多模态话语分析视角下国产游戏《原神》的传统文化输出研究——以“逐月节”活动宣传视频《人间至味》为例[J].新媒体研究,2023,9(05):68-72.DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2023.05.014.
[19] 郦正.面向21世纪的中国文化形象与文化符号——建设社会主义文化强国的理论思考[J].社会科学战线,2013(03):12-16.
[20] 马翀炜.文化符号的建构与解读——关于哈尼族民俗旅游开发的人类学考察[J].民族研究,2006(05):61-69+108-109.
[21] 于丹,朱玲,刘人锋,余灵.北京文化符号的媒介建构分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2015,37(04):16-21.
[22] 王华,龙芳.大数据和跨文化视角下中国文化符号在美国的传播研究[J].跨文化研究论丛,2019,1(02):105-116+153-154.
[23] 王丽雅.中国文化符号在海外传播现状初探[J].国际新闻界,2013,35(05):74-83.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2013.05.001.
[24] 于丹,杨越明.中国文化“走出去”战略的核心命题“供给”与“需求”双轮驱动——基于六国民众对中国文化的认知度调查[J].人民论坛,2015(24):72-75.DOI:10.16619/j.cnki.rmlt.2015.24.001.
[25] 李玮,熊悠竹.中华文化符号更受俄罗斯精英群体喜爱——中华文化国际影响力问卷调查之三[J].对外传播,2018(04):36-38+54.
[26] 朱晓军,王雪勤.吉尔吉斯斯坦民众对中国文化符号的认同度分析——基于 2019 年吉尔吉斯斯坦人对中国文化认知调查[J].文化与传播,2021,10(03):88-93.
[27] 陈莉.中国文化符号国际传播的效果及其优化:海外汉语教学的异质影响[J].江海学刊,2020(03):228-235.
[28] 姚君喜.媒介使用对外籍留学生中国文化符号认同的影响[J].当代传播,2021(06):55-59.
[29] 程海燕,吴长青.中国形象的文化符号国际传播路径——基于土耳其“我想象的中国”绘画作品的实证研究[J].西安外国语大学学报,2022,30(02):124-128.DOI:10.16362/j.cnki.cn61-1457/h.2022.02.005.
[30] 郦正.面向21世纪的中国文化形象与文化符号——建设社会主义文化强国的理论思考[J].社会科学战线,2013(03):12-16.
[31] 李天昊.海外对中国文化的研究综述:符号、认知和渠道[J].新西部(理论版),2017(06):151-153.
[32] 赵星植.21 世纪以来重要符号学新流派的发展趋势[J].西南民族大学学报(人文社科版),2019,40(08):184-191.
[33] 周雅.弹幕中受众的“狂欢”——基于斯图亚特·霍尔编码/解码理论的分析[J].中国

中国知网 https://www.cnki.net

传媒科技,2016(07):68-69+75.DOI:10.19483/j.cnki.11-4653/n.2016.07.032.
[34] 栾轶玫.视觉说服与国家形象建构——对外传播中的视听新话语[J].新闻与写作,2017(08):14-18.
[35] 何威,牛雪莹.数字游戏开展中华传统文化国际传播的趋势、方式与特点[J].对外传播,2022(09):21-25.
[36] 何威,李玥.戏假情真:《王者荣耀》如何影响玩家对历史人物的态度与认知[J].国际新闻界,2020,42(07):49-73.DOI:10.13495/j.cnki.cjjc.2020.07.003.
[37] 孙静.解码《阴阳师》:国产游戏的突围之路[J].中国图书评论,2017(03):49-58.
[38] 黄项楚.国产游戏的文化创新模式探索——以《原神》为例[J].大众标准化,2021(22):156-159.
[39] 乐雨袁.新媒体时代国产游戏中中国文化符号的跨文化传播——以《原神》为例[J].海外英语,2023(03):214-216.
[40] 李诗晓.从神的世界走来——从《仙剑》系列游戏论中国游戏对神话的运用[J].湖北省社会主义学院学报,2009(01):78-80.
[41] 詹永明.南北笛曲风格及其演奏流派[J].中国音乐,1997(03):45-48.
[42] 曹月.古筝的主要流派与风格特征[J].东南大学学报(哲学社会科学版),2002(04):84-87.DOI:10.13916/j.cnki.issn1671-511x.2002.04.017.
[43] 吴珏.琵琶演奏中的音色分析[J].音乐教育与创作,2022(08):28-31.
[44] 练飞.二胡演奏中的音色及技法表现分析[J].艺术评鉴,2023(14):87-92.
[45] 唐进宝.中胡的艺术特色之解析[J].湘南学院学报,2016,37(03):82-85.
[46] 陈敬昱.三弦乐器的结构及声学原理分析[J].中国民族博览,2023(16):109-111.
[47] 李玥.阮及其发展现状[J].音乐时空,2015(21):90.
[48] 乐声.我国的箫[J].中国音乐,1986(02):81-82.
[49] 邬建国.景观生态学——概念与理论[J]. 生态学杂志,2000,(01):42-52.DOI:10.13292/j.1000-4890.2000.0008.
[50] 黄莉莉.消费文化语境下美食类短视频的符号意义建构——以“李子柒”为例[J].新媒体研究,2019,5 (07):117-119. DOI:10.16604/j.cnki.issn2096-0360.2019.07.046.
[51] 刘朝霞.第四消费时代的现代性反叛与田园想象——以李子柒海外走红为案例的分析[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020,42 (09):60-67.
[52] 张紫晨.中国傩文化的流布与变异[J].北京师范大学学报,1991,(02):19-27.
[53] 赵波,胡一民.论榔梅、梅花与道教文化的渊源关系[C]//中国花卉协会,东南大学,南京市人民政府.中国花文化国际学术研讨会论文集.安徽省林业厅;安徽省林科院;,2007: 5.
[54] 袁珂.从狭义的神话到广义的神话——《中国神话、传说辞典》序[J].民间文学论坛,1983,(02):10-16.

中国知网 https://www.cnki.net

[55] 向柏松.元宵灯节的起源及文化内涵新论[J].中南民族学院学报(人文社会科学版),2000,(02): 32-35.DOI:10.19898/j.cnki.42-1704/c.2000.02.009.
[56] 肖红.“瑞兽”麒麟与民间装饰艺术[J].河南大学学报(哲学社会科学版),1987,(02):112-114.DOI:10.15991/j.cnki.411028.1987.02.024.
[57] 刘瑶.论中国神话中月中灵兽形象的产生、兴盛与流变[J].河南社会科学,2016, 24(08): 82-87.
[58] 王擎擎.论八仙文化的生成[J].黑龙江史志,2011,(04): 58-59.
[59] 赵毅衡.从小说叙事学到符号叙事学[J].河北师范大学学报(哲学社会科学版), 2021, 44 (05): 69-74.DOI:10.13763/j.cnki.jhebnu.psse.2021.05.010.
[60] 宋胜利,李玉良,冯立国等.中国鹤文化[J].森林与人类,2015,(06): 96-101.
[61] 申丹.叙事学[J].外国文学,2003,(03):60-65.DOI:10.16430/j.cnki.fl.2003.03.011
[62] 申丹.视角[J].外国文学,2004,(03):52-61.DOI:10.16430/j.cnki.fl.2004.03.011.
[63] 汪玉迪.浅析跨文化传播视域下游戏视频《黑神话：悟空》的“文化出圈”[J].科技传播,2023,15(13):115-119.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2023.13.016.
[64] 谢美晨,王依晗.中国游戏的世界表达：从《黑神话：悟空》的游戏视频看中国文化输出[J].科技传播,2023,15(21):112-115.DOI:10.16607/j.cnki.1674-6708.2023.21.013.
[65] 赵毅衡.广义符号叙述学:一门新兴学科的现状与前景[J].湖南社会科学,2013,(03):191-195.
[66] 肖珺,张驰. 短视频跨文化传播的符号叙事研究 [J]. 新闻与写作, 2020, (03): 24-31.
[67] 李忠.城市形象宣传片的符号叙事与品牌建构——以《豫见中国,老家河南》为例 [J]. 中国广播电视学刊, 2019, (06): 123-126.
[68] 谭君强.发展与共存:经典叙事学与后经典叙事学[J].江西社会科学, 2007, (02): 27-33.

（二）专著

[1] 爱德华·泰勒.原始文化[M].连树声译.桂林：广西师范大学出版社，2005.1-2.
[2] 陈向明.质的研究方法与社会科学研究[M].北京：教育科学出版社，2001.473.
[3] 恩斯特·卡西尔.人论[M].甘阳译.上海：上海译文出版社，2003.42.
[5] 梁漱溟.东西文化及其哲学[M].北京：商务印书馆，2003.19-20.
[6] 李彬.符号透视：传播内容的本体诠释[M].上海：复旦大学出版社，2008.7.
[5] 马歇尔·麦克卢汉,理解媒介[M].何道宽译.南京：译林出版社，2011.274.
[7] 马林诺夫斯基.文化论[M].费孝通等译.北京：中国民间文艺出版社，1987.4-5.
[8] 皮尔斯.皮尔斯：论符号[M].赵星植译.成都：四川大学出版社，2014.31-32，51，53，

中国知网 https://www.cnki.net

55，60.
[9] 钱穆.民族与文化[M].北京：九州出版社，2021.33.
[10] 特瑞·伊格尔顿.文化的观念[M].方杰译.南京：南京大学出版社，2003.1-2.
[11] 特伦斯·霍克斯.结构主义和符号学[M]，瞿铁鹏译.上海：上海译文出版社，1987.139.
[12] 习近平.习近平谈治国理政[M].北京：外文出版社，2020，3：421-428.
[13] 约翰·赫伊津哈.游戏的人[M].何道宽译.广州：花城出版社，2017.33.
[14] 赵毅衡.符号学原理与推演[M].南京：南京大学出版社，2016.104-158.
[15] 任宗权.道教手印研究[M].北京：宗教文化出版社，2002，165-168.
[16] 马书田.中国道教诸神[M].北京：团结出版社，1996，146.
[17] 赵毅衡.符号学：原理与推演[M].南京：南京大学出版社,2011,321.
[18] 李显杰.电影叙事学：理论和实例[M].北京：中国电影出版社,2000.22.
[19] 马大勇. 霞衣蝉带：中国女子的古典衣裙[M].重庆：重庆大学出版社,2011.147-292.
[20] 刘瑜. 中国旗袍文化史[M].上海：上海人民美术出版社,2011.14-18，26-28，239.
[21] 廖君、徐星. 中国服饰百年[M].上海：上海文化出版社,2009.8-68，80，96-99，123-124.

（三）电子文献

[1] 新华社.习近平：决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告[EB/OL].https://www.gov.cn/zhuanti/2017-10/27/content_5234876.htm.
[2] 新华社.习近平：高举中国特色社会主义伟大旗帜 为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗——在中国共产党第二十次全国代表大会上的报告[EB/OL].https://www.gov.cn/xinwen/2022-10/25/content_5721685.htm.
[3] 中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要[EB/OL].（2021-03-13）[2022-08-03].http://www.gov.cn/xinwen/2021-03/13/content_5592681.htm.
[4] 商务部等 27 部门关于推进对外文化贸易高质量发展的意见[EB/OL].（2022-07-21）[2022-08-03].http://www.mofcom.gov.cn/article/zcfb/zcfwmy/202207/20220703334843.shtml.
[5] 深圳发布.精采速览！[EB/OL]. https://mp.weixin.qq.com/s/dp2gVa-15UZXnXMK_FplWg.
[6] 金融界.游戏 2022：《原神》狂赚 280 亿，大厂跑步出海[EB/OL].https://baijiahao.baidu.com/s?id=1754595214954673585&wfr=spider&for=pc.

中国知网 https://www.cnki.net

[7] 胡润研究院. 2023 全球独角兽榜[EB/OL]. https://www.hurun.net/zh-CN/Info/Detail?num=PH71LJQJPANH.

[8] 中华人民共和国商务部. 关于支持国家文化出口基地高质量发展若干措施的通知［EB/OL］. http://www.mofcom.gov.cn/article/zwgk/gkzcfb/202110/20211003210161.Shtml.

[9] 海外渠道 Jane. 2023 年 YouTube 用户数据报告 ——包括全球 YouTube 用户数量、YouTube 热门国家、YouTube 受众统计数据等[EB/OL]. https://zhuanlan.zhihu.com/p/532747259.

外文文献

（一）期刊

[1] He，Y., & Choi，C. Analysis of Visual Art Elements of Game Characters Illustrated by the Case of Glory of Kings[J]. International Journal of Internet, Broadcasting and Communication, 2020, 12(3): 213-219.

[2] Gao, K., & Lee, D.Y. Research on the Communication Effect of Intangible Cultural Heritage Cultural Symbols by the Game Character Design in 'King of Glory ' : Focused on the "Guangdong Lion Dance." [J].Journal of Digital Convergence, 19(2), 433–438. https://doi.org/10.14400/JDC.2021.19.2.433.

[3]김춘희 & 김규정.중국 신화 무협 MMORPG 캐릭터 디자인에서 전통예술 표현에 관한 연구. 한국게임학회 논문지, 2013，13(2), 119-130.

[4]유영초 & 윤영두.문화 콘텐츠를 응용한 중국 온라인(MMORPG)게임 디자인 연구-돈황벽화를 중심으로-. 한국콘텐츠학회 논문지, 2018(10), 608-617.

[5] Prasetya，X.F.S., & Anggapuspa，M.L. ANALISIS VISUAL DESAIN KARAKTER XIAO DALAM GAME GENSHIN IMPACT[J]. BARIK, 2022, 4(2): 185-198.

[6] Cui，C., & Zhao，Y., Wang，L. Protection and dissemination of Chinese intangible cultural heritage based on digital games[J]. International Communication of Chinese Culture, 2021, 8: 483-491.

[7] Yao, S., & Chen, Y. Reconstructing History and Culture in Game Discourse: A Linguistic Analysis of Heroic Stories in Honor of Kings. Games and Culture[J], 2022，17(7－8), 977－996. https://doi.org/10.1177/15554120211070890.

[8] Supriyatman，A.T., & Nugroho，C. Analisis Resepsi Penonton Remaja Video Mukbang Dalam Kanal YouTube" yuka Kinoshita"[J]. eProceedings of Management, 2019, 6(1):1428-1440.

[9] Lizardo，O. Cultural symbols and cultural power[J]. Qualitative Sociology, 2016, 39: 199-204.

[10] Pratama，G.D, Bagaskara，D., DP，M.S. COMPOUNDING WORDS OF FANTASY

中国知网 https://www.cnki.net

TERM IN BOOK FROMS LIYUE GENSHIN IMPACT[J]. Empty page, 22.
[11] Yu，H. Game on: The rise of the esports middle Kingdom[J]. Media Industries Journal, 2018, 5(1).
[12] Chang, X., Zhen, T., & Wang, Y. Exploring the Innovative Pathways of Chinese Traditional Culture's Foreign Communication through'Domestic Games Going Abroad': A Case Study of Genshin Impact. International Journal of Education and Humanities, 2023，8(1), 147-150.
[13] Myers，D. Signs, symbols, games, and play[J]. Games and Culture, 2006, 1(1): 47-51.
[14] Balela, M. S., & Mundy, D. Analysing Cultural Heritage and its Representation in Video Games. In DiGRA Conference.2015. 1-16.
[15] Grusauskaite, K., Harambam, J., & Aupers, S. (2022). Picturing Opaque Power: How Conspiracy Theorists Construct Oppositional Videos on YouTube. Social Media + Society, 8(2). https://doi.org/10.1177/20563051221089568.
[16] Roh C H. Visual Narrative Strategy of Game Promotion: Comparative Analysis of Dead Island and Dead Island 2 Trailers[J]. Cartoon and Animation Studies, 2017: 249-269.

（二）专著

[1] Wolf，M.J. The medium of the video game[M]. University of Texas Press, 2002.
[2] Agung，L. & Wiwaha，L.R. Preliminary study into the Genshin impact's aesthetics: The sust ainability of visual culture through the character design[M].Sustainable Development inCreative In dustries: Embracing Digital Culture for Humanities. Routledge, 2023.
[3] Hall, S. Encoding—Decoding (1980)[M]. In Crime and Media. Routledge，2019.
[4] Charles Sanders Peirce.Collected Papers[M].Cambridge Mass，Harvard University Press，19 31-1958，Vol 2.
[5] Charles S. Peirce & Welby-Geogory Vicotia Welby. Semiotics and significs：the corresponden ce between C.S. Peirce and Victoria Lady Welby[M]. Bloomington and Indianapolis：Indiana Uni versity Press，1997.
[6] Jonathan Culler．In Pursuit of Signs:Semiotics，Literature，Deconstruction[M].Ithaca： Uni versity of Cornell Press，1981.

中国知网 https://www.cnki.net